التنازع على ملكية العلامة التجارية الوطنية

Conflicts over the ownership of national trademark

إعداد الطالبة
هديل "محمد عربي" ممدوح "عرب زادة"

إشراف الدكتور
مؤيد أحمد عبيدات

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون
تخصص القانون الخاص
قسم القانون الخاص
كلية الحقوق

جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا

كانون الأول- 2009

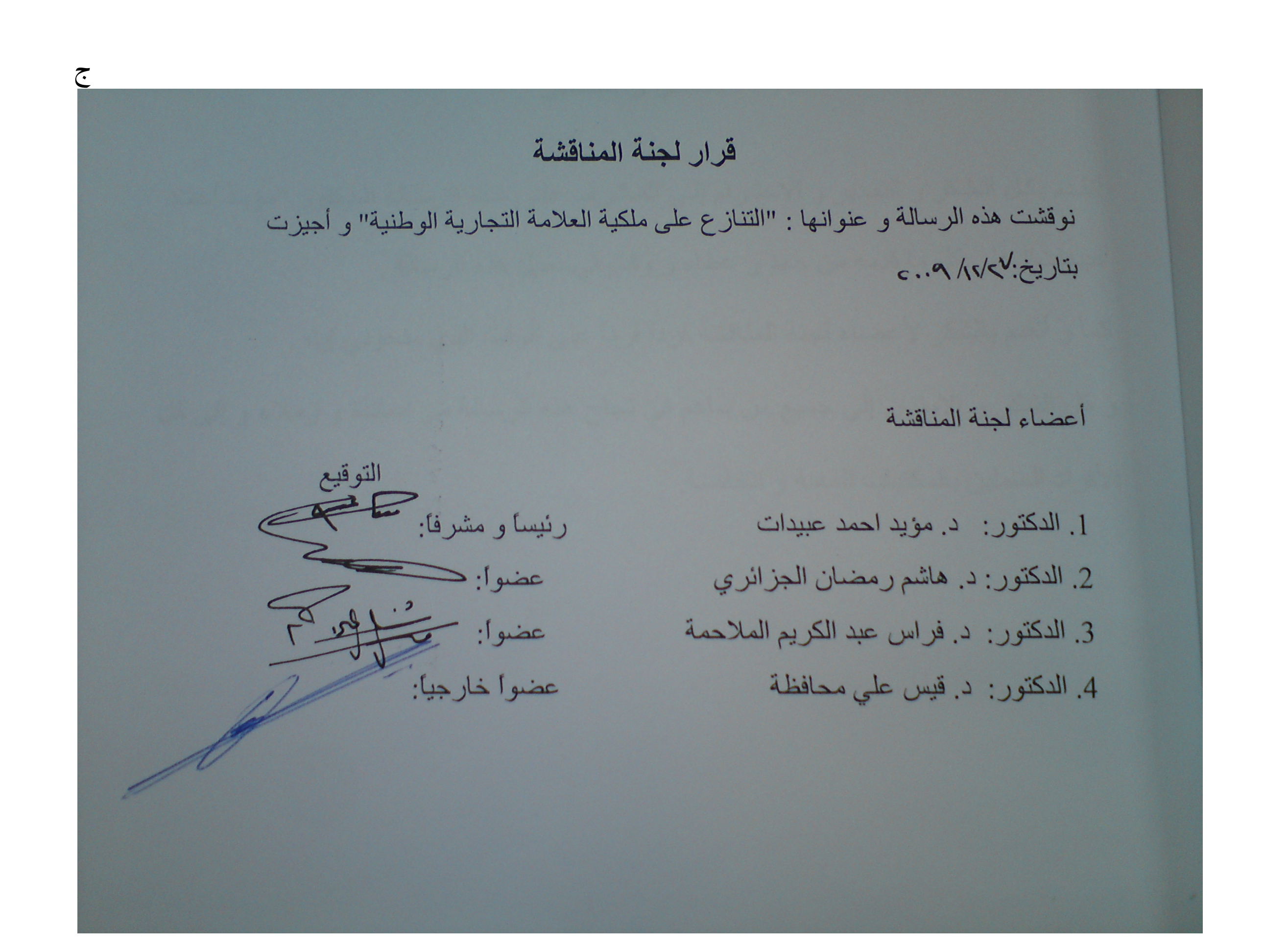
التفويض

أنا الطالبة هديل "محمد عربي" ممدوح "عرب زادة أفوض جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً و إلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات و المؤسسات المعنية بالأبحاث و الدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: هديل عرب زادة

التاريخ: ٢٧/١٢/٢٠٠٩

التوقيع:



قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة و عنوانها : "التنازع على ملكية العلامة التجارية الوطنية" و أجيزت بتاريخ:٢٧/١٢/٢٠٠٩

أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع

1. الدكتور: د. مؤيد احمد عبيدات رئيساً و مشرفاً:
2. الدكتور: د. هاشم رمضان الجزائري عضواً:
3. الدكتور: د. فراس عبد الكريم الملاحمة عضواً:
4. الدكتور: د. قيس علي محافظة عضواً خارجياً:

الشكر و التقدير

أتقدم بكل الشكر و التقدير و الاحترام إلى المشرف على هذه الرسالة الدكتور "مؤيد أحمد عبيدات" على كل ما قدمه من جهدٍ و عطاء و وقتٍ في سبيل هذه الرسالة .

كما و أتقدم بالشكر لأعضاء لجنة المناقشة فرداً فرداً على الوقت الذي منحوني إياه .

و كل الشكر و الامتنان إلى جميع من ساهم في نجاح هذه الرسالة من أساتذة و زملاء و إلى كل الأفراد العاملين بالمكتبات العامة و الخاصة.

الإهداء

بحثٌ مُقدَمٌ مع باقةٍ من الورود

لأجمل حبيبيْن في هذا الوجود

أمي التي هي سبب كل نجاح

و أبي الذي أعطاني لكل دَرْبٍ مفتاح

ثمرةٌ صغيرة أهديها إلى الغالي

حبيبي الذي ساندني بتحقيق آمالي

بحثٌ متواضعٌ من قلبٍ فخور

لإخوتي الذين كانوا لدربيَ النور

إلى العائلة التي هي بمثابة أهلي

بشكرٍ و تقديرٍ أقدّم لهم عملي

صفحاتٌ قليلةٌ لكن تعني لي الكثير

أود أن أهديها لأستاذي القدير

و في النهاية أريد أن أهدي سلامي

لكل شخصٍ اعطاني دفعةً إلى الأمامِ

قائمة المحتويات

الملخص

عنوان الرسالة

التنازع على ملكية العلامة التجارية الوطنية

اسم الباحثة

هديل "محمد عربي" ممدوح "عرب زادة"

اسم المشرف

الدكتور مؤيد أحمد عبيدات

لقد أصبحت العلامة التجارية من الأمور التي يجب أن نحافظ عليها و نحميها، فنحن في زمن التجارة الدولية و ليس من الممكن أن ينجح التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة دولياً لا بل و حتى محلياً من غير أن يتخذ علامة تجارية خاصة به تميز نوع تجارته أو بضاعته أو خدمته، و هذا ما يستدعي المشرع وضع القوانين لحماية العلامة التجارية و ليزيد من وعي الجمهور بهذا الموضوع، و هذا ما استدعى الباحثة لدراسة هذا الموضوع و الدخول في تفاصيله، لأن موضوع ملكية العلامة التجارية من المواضيع التي فيها اختلافات كثيرة لا يمكن توقعها جميعها، فكل علامة تجارية لها طبيعتها التي على أساسها تظهر الخلافات، و لم نجد في القوانين قواعد شاملة لكل ما أمكننا تخيله من النزاعات، و هذا ما جعلنا نجتهد بالاستعانة بالآراء الفقهية و الاجتهادات القضائية و القوانين المقارنة.

و تظهر مشكلة الدراسة في عدم وضوح الأحكام الخاصة بالتنازع على ملكية العلامات التجارية في قانون العلامات التجارية الأردني رقم (24) لسنة 1952 و تعديلاته سواء حصل ذلك قبل تسجيلها أم بعد التسجيل، و إمكانية امتلاكها من قبل أكثر من شخص بعد تسجيلها، بالرغم من أن

المشرع الأردني في هذا القانون قد بيّن بعض الأحكام لكنها كانت ناقصة و غير واضحة.

وعليه فقد قامت الباحثة بتقسيم هذه الدراسة إلى خمسة فصول، الفصل الأول و قد تضمن فكرة عن موضوع الدراسة و مشكلتها و عناصرها و فرضياتها و الدراسات السابقة التي عادت لها و المنهج الذي اتبعته خلالها، أما الفصل الثاني فقد كان توضيحاً لأسباب كسب الحق في العلامة التجارية أصالةً و كسب الحق في العلامة التجارية بالاستخلاف، و من ثم توضيحاً لمميزات هذا الحق. أما الفصل الثالث فقد تطرقت فيه إلى النزاعات التي تواجه العلامة التجارية عند التسجيل و قمت بشرح هذه النزاعات في مباحث ثلاثة ، المبحث الأول تناول النزاعات التي تواجه طالب التسجيل في علاقته مع المسجل، و المبحث الثاني كان عن النزاعات التي تواجه طالب التسجيل في علاقته مع الغير، و المبحث الثالث بيّن النزاعات التي من الممكن أن تواجه المسجل. أما الفصل الرابع فقد خصص للنزاعات التي تنشأ حول العلامة التجارية بعد التسجيل، حيث فرّقنا ما بين النزاعات التي تواجه مالك العلامة التجارية و النزاعات التي تواجه المسجل، و من ثم تعرضت الباحثة إلى طرق انقضاء الحق المكتسب في العلامة التجارية. أما الفصل الأخير فقد تم تخصيصه للخاتمة و قد تضمنت مجموعة من النتائج و التوصيات.

و كان من أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة هي وجود منازعات كثيرة حول ملكية العلامة التجارية الوطنية، و أن قانون العلامات التجارية لم يحط بتلك النزاعات و أنه بالإمكان حلها بالاتفاق أو عن طريق المحكمة أو مسجل العلامات.

و أوصت هذه الدراسة بضرورة أن يكون هناك توافقٌ في النصوص بين قانون العلامات التجارية و قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية، و ضرورة وضع بعض القيود على امتلاك العلامة التجارية من قِبَل أكثر من شخص.

Abstract

Title

Conflicts over the ownership of national trademark

Name of Researcher

Hadeel Mohamed Arabi Mamdouh Arab Zadeh

Supervisor

Dr. Moaead Ahmad Obaidat

The trademark has become one of the things that we must preserve and protect. In the current period of international trade, merchant, manufacturer, or service provider cannot succeed internationally and even locally if he did not take the brand of his own type of trade or distinguish his goods or service, and which requires the legislature to make laws for the protection of the brand and to increase public awareness of this subject. This necessitated the researcher to study this issue and to examine its details because the ownership of the brand is one of the topics in which many variations can not be always predicted, every trademark has its own nature and that makes the conflict, we did not find comprehensive rules in the laws out all the conflict that we can imagine, and that is what we strive using jurisprudential views and jurisprudence and comparative law.

The problem of the study can be noticed by the lack of clarity of the provisions on disputes over ownership of trademarks in the Jordanian Trademark Law No. (24) For the year 1952, whether received before or after registration and the possibility of possession by more than one person after

the registration, despite the fact that Jordanian law cleared some of the provisions, but it was incomplete and unclear.

So the researcher divided the study into five chapters, the first chapter include an overview of the study and its problem, its elements, hypotheses and previous studies that has returned to and the adopted methodology, and the second chapter is an explanation of the earn the right to the brand authenticity and earn the right to Brand by Replacement, and then an explanation of the advantages of this right. The third chapter deals with the conflicts facing the trademark when registering and I explain these conflicts in three detectives, the first part, is dealing with disputes faced by the applicant in relation with the Registrar, and the second topic is about the conflicts faced by the applicant in relation with others, and the third part, is about the disputes that could be faced with the Registrar. The fourth chapter devote the conflicts that arise about the brand after the registry, where divided the conflict that faces the trademark owner and conflicts faced by the Registrar, and then the researcher elucidate Expiration of the Inherited right in the trademark. The last chapter has been devoted to conclusion included a set of conclusions and recommendations.

The important results reached by this study demonstrate that a number of disputes regarding the property of national Trademark. In addition, the law of trademarks has not dealt with these disputes since they can be resolved by courts or the Register of trademarks.

This study recommended that it is necessary to have consistency among the law of trademarks, Unfair competition and Trade Secrets. Furthermore, it recommends that a number of restrictions should be found in terms of the property of Trademarks by a number of persons.

الفصل الأول

المقدمة :

أولاً: فكرة عن موضوع الدراسة

لقد أصبح السوق التجاري الآن عبارة عن معرض لعلامات تجارية عالمية و محلية و أصبح أغلب المواطنين على علم كامل بأهم العلامات التجارية في العالم، و لكن عندما يرسخ شكل العلامة في ذهن المستهلك فإنه لا ينتبه لكل تفصيلاتها فربما يميزها شكل معين في الكتابة أو لون معين أو مجموعة ألوان مع بعضها أو حركات معينة، فهو ينظر إليها باعتبارها مجموعة واحدة، لذا إذا وجد منتج علامته التجارية مشابهة لعلامة تجارية موضوعة على منتجات أخرى ، فسيكون من الصعب عليه التفريق بين العلامتين، فمن الممكن أن يعتقد أن هذا المنتج تابع لنفس العلامة التجارية التي يثق بها و يشتري البضائع أو الخدمات أو المنتجات التي توضع عليها. و من هنا تبرز أهمية العلامات التجارية من خلال الدور الذي تقوم به بالدلالة على مصدر المنتجات و الخدمات و البضائع و في ضمان مستوى جودة هذه المنتجات أو الخدمات أو البضائع.

و لقد تناول المشرع الأردني هذا الموضوع في قانون العلامات التجارية رقم (24) لسنة 1952 و تعديلاته و قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000، و هذا الاهتمام إنما ينم عن رغبة المشرع الأردني الشديدة لحماية العلامات التجارية و مواكبة تطورات العالم في هذا الموضوع، و تشجيع التجارة العالمية، و قد أضفى المشرع الأردني حماية على العلامات التجارية سواء الوطنية أو المشهورة منها بحيث يطمئن أصحاب العلامات التجارية لتصدير منتجاتهم للأردن و بتسجيل علاماتهم فيها، و يثق التجار بأن منتجاتهم لن تقلد سواء من القوانين الأردنية أم من قواعد اتفاقية (تريبس) التي انضمت إليها الأردن .

و العلامة التجارية من المواضيع التي قد يحدث فيها نزاعات عديدة، سواء قبل تسجيلها أم بعده، لأنها من العناصر المهمة في العمليات التجارية أو الصناعية أو الخدمات، و كلما كان العنصر مهم تزايدت الخلافات و النزاعات التي تخصه، و مهما حاولنا تصور النزاعات التي من الممكن حدوثها على ملكية العلامة التجارية لن نستطيع حصرها كلها، و لكننا ذكرنا منها ما استطعنا حصره من خلال تحديد أسباب ملكية العلامة التجارية أولاً و من ثم تقسيم النزاعات على ملكية العلامات التجارية إلى نزاعات تحدث عند تسجيل العلامة التجارية و نزاعات تحدث بعد تسجيل العلامة التجارية، و التفريق ما بين النزاعات التي تحدث مع المسجل، و النزاعات التي تحدث مع مالك العلامة التجارية.

و لقد تولّى المشرع الأردني حل بعض الحالات التي تحدث فيها صعوبات أو خلافات على العلامة التجارية، و لكنه اكتفى في بعض الحالات على ذكر الصعوبة دون وضع الحلول لها، و هنا كان دور قرارات محكمة العدل العليا في وضع الحلول لهذه الصعوبات، و على الرغم من القوانين المتعلقة بملكية العلامة التجارية و قرارات محكمة العدل العليا الكثيرة على هذا الموضوع، إلاّ أن هناك بعض النزاعات لم يتم ذكرها لا في القانون و لا في القرارات، فعدنا إلى الرجوع للقانون المدني و القانون المقارن و أحكام الفقه و ما استطعنا إيجاده من حلول لبعض النزاعات، و قمنا بالقياس عليها للتوصّل إلى حلول لهذه المشكلات.

ثانياً: مشكلة الدراسة

إن الغرض من هذه الدراسة هو البحث عن الشخص الذي يستحق ملكية العلامة التجارية أياً كان السبب الذي قد أدى به لامتلاك هذه العلامة، والشخص الذي لا يحق له التمتع بحق ملكية العلامة التجارية، عن طريق القوانين الأردنية التي تنظم موضوع العلامات التجارية ، خاصةً في تلك الأحوال التي قد ينازع أحد الأشخاص مالك العلامة أو مسجلها أو مستعملها على ملكيتها.

و تظهر مشكلة الدراسة في عدم وضوح الأحكام الخاصة بالتنازع على ملكية العلامات التجارية في قانون العلامات التجارية الأردني رقم (24) لسنة 1952و تعديلاته سواء حصل ذلك قبل تسجيلها أم بعد التسجيل، و إمكانية امتلاكها من قبل أكثر من شخص بعد تسجيلها، بالرغم من أن المشرع الأردني في هذا القانون قد بين بعض الأحكام لكنها كانت ناقصة و غير واضحة.

ثالثاً: عناصر الدراسة

بما أن موضوع هذه الدراسة هو حقوق ملكية العلامة التجارية فمن الممكن أن يتشابه مع باقي مواضيع الملكية الفكرية، خصوصاً الأسماء التجارية. لكن الباحث سوف يركز في هذه الدراسة على موضوع العلامة التجارية بشكل عام و موضوع التنازع على ملكية هذه العلامة التجارية بشكل خاص دون أن يتطرق لأي موضوع آخر يخص العلامات التجارية، كذلك سيحاول الباحث أن يبيّن الحلول التي وفرها المشرع لمشكلة التنازع على ملكية العلامة التجارية في القانون الأردني .

و بما أن محور دراستنا هو البحث عن الحلول لمشكلة التنازع على ملكية العلامة التجارية، فإن هذه الدراسة حاولت الإجابة على تساؤلات عدّة هي :

1. هل حدد المشرع الأردني الحالات التي من خلالها يُكتسب الحق في ملكية العلامة التجارية؟
2. هل كان هذا التحديد كافياً و شاملاً لجميع المشاكل التي من الممكن أن تنشأ في هذا

الموضوع؟

3. هل هناك نزاعات تظهر على ملكية العلامة التجارية قبل تسجيلها؟
4. هل هناك نزاعات تظهر على ملكية العلامة التجارية بعد تسجيلها؟
5. ما الوضع القانوني للعلامة التجارية إذا ما استحقت بعد تسجيلها من قبل شخص آخر؟
6. ما النزاعات التي تظهر على ملكية العلامة التجارية عند التسجيل؟
7. كيف يتم حل النزاعات في حال ظهورها، و ماهي الخيارات المتاحة أمام مسجل العلامات لمثل هذه الحلول؟
8. ما مدى إمكانية تسجيل العلامة التجارية باسم أكثر من شخص؟

رابعاً: فرضيات الدراسة

1. لقد حدد المشرع الأردني الحالات التي من خلالها يكتسب الحق في ملكية العلامة التجارية.
2. لم يحدد المشرع الأردني هذه الحالات تحديداً كافياً و شاملاً بحيث يشمل ذلك أي نزاع قد ينشأ حول ملكية العلامة التجارية.
3. هناك نزاعات كثيرة قد تظهر حول ملكية العلامة التجارية قبل التسجيل، فقد يدعي بعض الأشخاص بأسبقية الاستعمال .
4. هناك نزاعات كثيرة قد تظهر حول ملكية العلامة التجارية بعد التسجيل، خاصة إذا كانت مملوكة من قبل أكثر من شخص و رغب أحدهما بالانفصال عن الآخر.
5. يمكن شطب العلامة التجارية المسجلة باسم شخص إذا ما استحقت من قبل شخص آخر.
6. هناك نزاعات عدة تواجه العلامة التجارية عند التسجيل.
7. في حال ظهور النزاعات يتم الرجوع لنصوص القانون لحلها، و إذا لم يوجد فقد أعطى المشرع الحرية للمسجل في بعض الحالات في تقرير الحلول أو لقاضي الموضوع.
8. يجوز تسجيل العلامة التجارية باسم أكثر من شخص في بعض الحالات الخاصة مع توافر شروط معينة.

خامساً: مبررات اختيار الدراسة

إن أهمية هذه الدراسة تنبع في تناولها للحلول التي هيئها المشرع الأردني لمشكلة ملكية العلامة التجارية من حيث تحديد الطرق التي من خلالها يمكن كسب الحق في ملكية العلامة التجارية و الأسباب التي تؤدي لانتهاء هذا الحق .

كما أن هذه الدراسة تعطي المتعاملين بالتجارة على وجه الخصوص معلومات كافية و وافية عن حقوقهم على العلامات التجارية التي يضعونها على منتجاتهم و بضائعهم و خدماتهم .

كما أن من شأن هذه الدراسة أن تبين بعض أنواع الاعتداء على العلامات التجارية و الذي يشكل بحد ذاته خرقاً قانونياً معاقب عليه مدنياً و جزائياً.

و يجدر أن يلحظ بأن هذه الدراسة ستعطي بعض الحلول للنزاعات التي تثور حول ملكية العلامات التجارية و التي لم يتناولها المشرع الأردني في قانون العلامات التجارية .

و بما أن الأردن بلد يواكب التطورات و بحاجة ماسة إلى الاستثمارات الأجنبية الكبيرة فيتوجب عليه وضع التشريعات اللازمة لتكفل حقوق المستثمرين و إيجاد حلول ملائمة لأي مشكلة ممكن أن تمس أي علامة تجارية.

و قد تجاوبت المملكة الأردنية الهاشمية لهذه التطورات القانونية الدولية و بادرت بالانضمام لغالبية الاتفاقيات الدولية المتعلقة بموضوع الملكية الفكرية، و قد تم تعديل قانون العلامات التجارية رقم (33)لسنة 1952بالقانون المعدل رقم (24)لسنة 1999و هذه الخطوات كلها لكي تؤمن الحماية اللازمة لحقوق الملكية الفكرية .

سادساً: منهجية الدراسة

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة منهج البحث الوصفي التحليلي (منهج تحليل المحتوى) لأحكام وقواعد قانون العلامات التجارية الأردني رقم (24)لسنة 1952 و تعديلاته، و قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية رقم (15)لسنة 2000، و بعض النصوص من القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة 1976، مع الاستعانة بآراء الفقهاء المختلفة و أحكام القضاء المتعلقة بهذا الموضوع، و بعض أحكام القوانين المقارنة .

سابعاً: الإطار النظري للدراسة

لقد قمت بتقسيم البحث إلى خمسة فصول، الفصل الأول و هو الذي احتوى على المقدمة بما تشمل من فكرة عن موضوع الدراسة و بيان لمشكلة الدراسة و عناصرها و فرضياتها، و من ثم أهمية هذه الدراسة و المنهجية المُستخدمة فيها، و الإطار النظري و الدراسات السابقة التي أخذت بها كدليل في هذه الدراسة.

أما الفصل الثاني فقد قدمت فيه عرضاً تفصيلياً لأسباب كسب الحق في العلامة التجارية في المبحث الأول من خلال إرجاع جميع الطرق التي يكتسب الشخص من خلالها ملكية العلامة التجارية إلى مسببين رئيسيين و هما كسب الحق في العلامة التجارية أصالة و كسب الحق في العلامة التجارية بالاستخلاف. فكان موضوع المطلب الأول من هذا الفصل طرق كسب ملكية العلامة التجارية بالأصل أي كيفية كسب الشخص ملكية علامة جديدة لم تكن موجودة بالأصل. و المطلب الثاني كان موضوعه عن كسب الحق في العلامة التجارية بالاستخلاف ، و هو ما يعني طرق

كسب ملكية علامة تجارية موجودة أو كانت موجودة.أما المبحث الثاني فقد تطرقت فيه إلى مميزات الحق في العلامة التجارية و قمت بشرح هذه المميزات في مطالب ثلاثة ، المطلب الأول تناول ميزة النسبية في العلامة التجارية، و المطلب الثاني كان عن ميزة الوقتية التي تتمتع بها العلامة التجارية، و الميزة الثالثة و هي الحماية المزدوجة التي يتمتع بها الحق في العلامة التجارية و هي موضوع المطلب الثالث من هذا المبحث.

و من ثم أخذنا موضوع النزاعات و قسمناه إلى الفصلين الثالث و الرابع، فكان الفصل الثالث عن النزاعات التي تحدث على العلامة التجارية عند التسجيل، و الذي بدوره قسمناه إلى مباحث ثلاثة بحسب أطراف النزاع، فكان المبحث الأول عن النزاعات التي تواجه طالب التسجيل في علاقته مع المسجل، و استطعنا من خلال دراستنا أن نتوقع طبيعة هذه النزاعات، من علامة مخلة بالنظام العام و الآداب العامة وعلامة تجارية مطابقة لعلامة تجارية مسجلة،وعلامة مشابهة لعلامة تجارية مسجلة عن طريق النظر أو السمع وعلامة مطابقة لعلامة تجارية مسجلة من حيث كتابة الأحرف باللغة العربية و الانجليزية،و العلامة التي تشابه أو تطابق أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة و العلامة التجارية المخالفة لأحكام المادة 8 من قانون العلامات التجارية الأردني. و كان المبحث الثاني عن النزاعات التي تواجه طالب التسجيل في علاقته مع الغير، حيث بحثنا في المطلب الأول حالة اعتراض الغير على طلب تسجيل العلامة التجارية دون أن يكون له أي مصلحة مباشرة، و في

المطلب الثاني حالة اعتراض مالك العلامة التجارية المسجلة في الخارج على طلب تسجيلها في الأردن، أما المطلب الثالث فقد كان عن حالة اعتراض الشركة على طلب تسجيل العلامة التجارية التي تحتوي على اسمها. أما النزاعات التي تواجه المسجل عند تسجيل العلامة التجارية كان موضوع المبحث الأخير من هذا الفصل، حيث بحثنا في المطلب الأول حالة طلب تسجيل علامة تجارية مطابقة لعلامة تجارية مستعملة، و في المطلب الثاني حالة استعمال العلامة التجارية من قبل أكثر من شخص في نفس الوقت.

و النزاعات الحاصلة بعد مرحلة التسجيل كانت عنوان الفصل الرابع، و تم تقسيمه إلى مباحث ثلاثة، المبحث الأول شمل النزاعات التي تواجه مالك العلامة التجارية المسجلة من انتفاء الصفة الفارقة لهذه العلامة أو العلامة التجارية المحظورة، أو حالة رجوع الواهب عن الهبة، أو حالة ادعاء المرخص له باستعمال العلامة التجارية ملكيتها. أما النزاعات التي تواجه المسجل بعد تسجيل العلامة فكانت موضوع المبحث الثاني، ففي حين وضّحنا في المطلب الأول حالة عدم استعمال الشركة لعلامتها التجارية أو التوقف عن الاستعمال جاء المطلب الثاني، لنشرح فيه عن حالة استعمال العلامة التجارية لغير البضائع التي سُجلت من أجلها، و من ثم المطلب الثالث الذي بيّنا فيه حالة استعمال الوارث العلامة التجارية دون موافقة باقي الورثة. و أخيراً كان المبحث الثالث عن انقضاء الحق المكتسب في العلامة التجارية، و قد تم تقسيمه إلى مطالب ثلاثة حتى تشمل جميع الطرق التي من الممكن من خلالها إنهاء هذا الحق، فقد تكلمت في المطلب الأول عن ترقين العلامة التجارية، في حين تكلمت في المطلب الثاني عن ترك العلامة التجارية، أما المطلب الثالث و الأخير فتناول موضوع زوال المحل التجاري و مدى تأثيره على زوال العلامة التجارية.

و بالطبع كان الفصل الخامس لبيان النتائج التي توصلت إليها الباحثة من خلال هذه الدراسة، و التوصيات التي ارتأت أنها من النواقص في موضوع هذه الدراسة.

سابعاً: الدراسات السابقة

1. **(دراسة حمدان ، ماهر فوزي (1999) /حماية العلامات التجارية/رسالة ماجستير/ الجامعة الأردنية ، عمان :الأردن**

تناولت هذه الدراسة الحماية المدنية للعلامة التجارية عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة، ودراسة أثر التسجيل على الحماية المدنية، بالإضافة إلى توضيح القواعد العامة في الحماية الجزائية للعلامات التجارية و الجرائم الواقعة عليها.

و مشكلة هذه الدراسة هي تقصير المشرع الأردني في تنظيم حماية العلامات التجارية و الإحاطة بجميع النزاعات التي تثور حول العلامات التجارية.

و تختلف هذه الدراسة عن دراستنا بأن دراستنا تناولت النزاعات التي ممكن أن تحصل حول موضوع ملكية العلامة التجارية، وكيفية حل هذه النزاعات عن طريق قانون العلامات التجارية الأردني.

2. **(دراسة ربابعة، محمد غازي / (2002)أثر اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (اتفاقية تريبس) على قانون العلامات التجارية الأردني/ رسالة ماجستير / الجامعة الأردنية /عمان :الأردن**

تناولت هذه الدراسة أهم الآثار التي أحدثتها اتفاقية تربس على قانون العلامات الأردني، ووضحت ماهية هذه الاتفاقية ، و ماهية الأحكام و المبادئ العامة فيها، بالإضافة إلى بيان موقف الأردن منها، و أثرها على القانون المعدل لقانون العلامات التجارية .

و مشكلة هذه الدراسة هي بحث أثر اتفاقية تربس على قانون العلامات التجارية الأردني، و بحث مدى أثر التوافق بين هذا القانون بعد تعديله مع بنود اتفاقية تربس التي تفرض على كل دولة عضو أن تجعل من تشريعاتها ما يتوافق والحد الأدنى لنصوص الاتفاقية.

و تختلف هذه الدراسة عن دراستنا بأن دراستنا تناولت النزاعات التي من الممكن حصولها حول موضوع ملكية العلامة التجارية، وكيفية حل هذه النزاعات عن طريق قانون العلامات التجارية الأردني.

3. (دراسة أبو عواد ، مسلم عبد الرحمن /(2007) /الحماية المدنية للعلامات التجارية غير المسجلة وفق أحكام القانون الأردني و الاتفاقيات الدولية/ رسالة ماجستير /الجامعة الأردنية / عمان :الأردن .

تناولت هذه الدراسة الحماية المدنية للعلامات التجارية غير المسجلة وفق أحكام القانون الأردني و الاتفاقيات الدولية من خلال تحليل نصوص و أحكام القوانين و الاتفاقيات المتعلقة بهذه الحماية للعلامات التجارية غير المسجلة.

و مشكلة هذه الدراسة هي التزام المشرع الأردني بالصمت تجاه حماية العلامات التجارية غير المسجلة (ما عدا المشهورة منها) ، و ترك أمر حمايتها إما للقواعد العامة في المسؤولية، أو بالاستناد إلى قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية .

و تختلف هذه الدراسة عن دراستنا بأن دراستنا تناولت النزاعات التي ممكن أن تحصل حول موضوع ملكية العلامة التجارية، وكيفية حل هذه النزاعات عن طريق قانون العلامات التجارية الأردني.

كما من شأن هذه الدراسة أن تحدد بعض النزاعات التي قد تحصل حول ملكية العلامة التجارية بعد التسجيل فهي غير قاصرة على مرحلة ما قبل التسجيل كما عليه الحال بالنسبة لهذه الدراسة.

الفصل الثاني

ملكية العلامة التجارية

يعد موضوع ملكية العلامة التجارية موضوعاً مهماً ، إذ يدخل ضمنه مواضيع فرعية كثيرة . و قد اختلفت فيه آراء الفقهاء ، كما اختلفت فيه التشريعات، و يأتي هذا نتيجة للاختلاف في طرق اكتساب الشخص لملكية العلامة التجارية و التصرفات التي يمكن أن ترد على حق الملكية و مميزات هذا الحق و طرق انقضائه.

و لقد تناول المشرع الأردني هذا الموضوع في قانون العلامات التجارية رقم (24) لسنة 1952 و تعديلاته و قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية رقم (15)لسنة 2000، و هذا الاهتمام ينم عن رغبة المشرع الأردني في حماية العلامات التجارية و مواكبة تطورات العالم في هذا الموضوع، و تشجيع التجارة الدولية، بحيث يطمئن أصحاب العلامات التجارية عليها لتصدير منتجاتهم للأردن و تسجيل علاماتهم فيها، الأمر الذي يحقق ثقة التجار بأن منتجاتهم لن تقلد و تتمتع بحماية في الأردن سواء من القوانين الأردنية أو من قواعد اتفاقية تربس التي انضمت إليها الأردن.

و لذا سوف يتم البحث في هذا الفصل من خلال مباحث ثلاث على النحو التالي:

المبحث الأول

طرق كسب الحق في ملكية العلامة التجارية

هناك طرق عدة لكسب ملكية العلامة التجارية ، حيث يرجع بعضها إلى التسجيل ، في حين يمكن اكتسابها بالاستعمال، و في نفس الوقت بالدمج بين الطريقتين (التسجيل و الاستعمال) . فلقد اختلفت الاتجاهات القانونية و الفقهية حول الأساس القانوني لحق الملكية في العلامة التجارية(1). فهل ينشأ هذا الحق بمجرد أسبقية الاستعمال؟ أم يجب تسجيل العلامة التجارية لاكتسابه؟ أم يجب تسجيل العلامة مع استعمالها حتى يكتمل هذا الحق؟

و حيث أنه قد وُجد في الفقه اتجاهات ثلاثة رئيسة لاكتساب ملكية العلامة التجارية، منها ما يعتبر التسجيل منشئ لحق الملكية على العلامة التجارية (2)، و منها ما يعتبر التسجيل مقرر لحق الملكية أي العلامة التجارية تكون مملوكة لأول واضع يد عليها (3)، و الثالث وهو الذي يأخذ مكان الوسط فهو يجمع بين الاتجاهين السابقين، وهو يأخذ بنظام التسجيل كمنشئ لملكية العلامة التجارية و لكن بأثر مؤجل ، فتكون أسبقية الاستعمال هي أساس لملكية العلامة، على أنه بمجرد انقضاء فترة معينة على الإيداع من دون تقديم أي اعتراض من الغير، يصبح الإيداع منشئ لحق الملكية فيحسم أي نزاع لاحق (4).

---

(1) القانون الفرنسي رقم 597 لعام 1992،القانون الألماني،القانون الأمريكي،القانون الانجليزي، أشار إلى ذلك مسلم أبو عواد،2007 الحماية المدنية للعلامات التجارية غير المسجلة،الجامعة الأردنية،ص 43 و 44 .

(2) أخذت ألمانيا بهذا الاتجاه و كذلك الولايات المتحدة الأمريكية، أشار إلى ذلك مسلم أبو عواد، ص44 مرجع سابق.

(3) القانون الفرنسي لعام 1857 الذي ألغي بصدور قانون عام 1964، أشار إلى ذلك مسلم أبو عواد، ص43 مرجع سابق.

(4) القانون الفرنسي لعام 1991 و المعدل سنة 1992، و القانون الانجليزي لسنة 1994، أشار إلى ذلك مسلم أبو عواد، ص44 مرجع سابق.

ومن التشريعات التي أخذت بالاتجاه الثالث التشريع الفرنسي بموجب القانون الصادر في 4 كانون الثاني سنة 1991 المعدل سنة 1992 ، و لقد أخذ أيضاً بهذا الاتجاه القانون الانجليزي الجديد لعام 1994(1). أما عن القانون الأردني و الذي هو محور دراستنا، فإننا نرى أنه قد أخذ بكلتا الطريقتين ألا و هما الاستعمال و التسجيل بالنسبة لكسب الحق في العلامة التجارية أصالةً، و أخذ بالبيع و الهبة و الوصية و الإرث و الإيجار بالنسبة لكسب الحق في العلامة التجارية بالاستخلاف. فعند العودة لقانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952، نجد أن ملكية العلامة التجارية تأتي أصالةً عن طريق التسجيل والاستعمال (2)، و استخلافاً عن طريق البيع و الهبة و الإرث و الوصية (3)، أما في قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000 (4)، فإن ملكية العلامة التجارية تأتي عن طريق الاستعمال أصالة كما تأتي بالتسجيل.

و هذا ما سيتم شرحه في هذا المبحث من خلال مطلبين:

المطلب الأول: كسب الحق في ملكية العلامة التجارية أصالةً.

المطلب الثاني: كسب الحق في ملكية العلامة التجارية بالاستخلاف.

---

(1) نقلاً عن أبو عواد،مسلم عبد الرحمن،مرجع سابق،ص44.

(2) تنص المادة 1/11 من قانون العلامات التجارية الأردني على أنه: "كل من يدعي انه صاحب علامة تجارية استعملت أو في النية استعمالها ويرغب في تسجيل تلك العلامة عليه ان يقدم طلباً خطياً إلى المسجل وفاقاً للأصول المقررة".

(3) تنص المادة 1/19 من قانون العلامات التجارية الأردني على أنه: " يجوز نقل ملكية العلامة التجارية أو التنازل عنها أو رهنها".

(4) تنص المادة 2/ب من قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية على أنه:" إذا كانت المنافسة غير المشروعة متعلقة بعلامة تجارية مستعملة في المملكة سواء أكانت مسجلة أم غير مسجلة وتؤدي إلى تضليل الجمهور فتطبق في هذه الحالة أحكام الفقرة (أ) من هذه المادة".

المطلب الأول

كسب الحق في ملكية العلامة التجارية أصالةً

قد يكتسب الشخص الحق في ملكية شيء معين بطرق عدة، و قد يكون اكتسابه لهذه الملكية أصالة أو بالاستخلاف، لذا فإن هذا المطلب سيتناول طرق اكتساب العلامة التجارية أصالة و على النحو التالي:

الفرع الأول: الاستعمال

يقصد بالاستعمال كطريقة من طرق كسب الحق في الملكية أن يكون لمستعمل العلامة التجارية الأسبق الحق في ملكيتها و لو لم يقم بتسجيلها ، فيكون الاستعمال هنا منشئ لحق الملكية و التسجيل مقرر له(1).

و إذا أمعنا النظر في هذه الطريقة من طرق كسب الحق في الملكية، نجد أن لها ما يميزها كما لها ما يضعفها ، فمجرد استعمال الشخص للعلامة التجارية التي ابتكرها هو أمر من شأنه أن يمنع أي شخص آخر من أن يعتدي على هذه العلامة أو يقلدها، فهو يحفظ الحق في الملكية لصاحب العلامة التجارية المستعملة من قبله، و لكنه بالمقابل يقلل من شأن التسجيل، و يجعله غير ضروري للاحتفاظ بحق الملكية في العلامة التجارية (2) .

---

(1) طه،مصطفى كمال،1986،القانون التجاري، الدار الجامعية، القاهرة ،ص747.
(2) أبو عواد،مسلم عبد الرحمن،الحماية المدنية للعلامات التجارية غير المسجلة، مرجع سابق،ص43.

و بالعودة لرأي المشرع الأردني نجد أنه قد أخذ بالاستعمال كطريقة لكسب ملكية العلامة التجارية (1)، إذ أن هناك حالات معينة يُعطى فيها الحق بالملكية للأسبق في الاستعمال، و هذه الحالات مقترنة بشروط يجب توافرها في الاستعمال حتى يكتسب الشخص الملكية، و مع ذلك يجب عليه تقرير حقه هذا بالتسجيل. و لكن هناك حالات أخرى لا يكتسب فيها الشخص ملكية العلامة التجارية بالاستعمال (2).

و فيما يتعلق بالشروط المطلوبة في الاستعمال حتى يكسب المُستعمل ملكية العلامة نستخلصها من خلال بعض قرارات محكمة العدل العليا الأردنية و منها قرارها رقم 71/26 و الذي أقر بأن: "الفقه و القضاء قد استقرا على أنه و إن كان تسجيل العلامة التجارية قرينة على ملكية العلامة إلا أنه يجوز هدم هذه القرينة بدليل إثبات العكس، إذ لمستعمل العلامة التجارية السابق التي أصبحت العلامة التجارية مميزة لبضائعه الحق في طلب ترقين العلامة التجارية باسم شخص آخر إذا توافرت الشروط التالية:

أ- إذا ثبت أن هناك تشابهاً بين العلامتين من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور.

ب- إذا كان استعمال العلامة الأولى سابق لتاريخ استعمال و تسجيل العلامة المطلوب ترقينها.

ج- إذا لم يمر على تسجيل العلامة المطلوب ترقينها خمس سنوات" (3).

---

(1) راجع المادة (3/أ) من قانون المنافسة غير المشروعة رقم (15) لسنة 2000

(2) مغبغب،نعيم،2005،الماركات التجارية و الصناعية ، ص92

(3) قرار رقم 71/26،عدل عليا،مجلة نقابة المحامين الأردنيين،ع6 و8،لسنة 1971،ص1172

و يرى اتجاه فقهي انه وحتى يعد استعمال الشخص للعلامة منشئ لحقه في ملكيتها، يجب أن يكون قد استعملها بصورة فعلية و مستمرة ، كما يجب أن يكون هذا الاستعمال قد تم بصورة علنية بحيث يُقدم الدليل الخطي و المادي على هذا الاستعمال . أو من الممكن تقديم شهود و يعود القرار في هذا الشأن لقاضي الموضوع فهو من ضمن سلطته التقديرية (1).

و بناءً على ذلك فإننا نؤيد الاتجاه الذي يأخذ بالاستعمال كوسيلة منشئة للملكية، وذلك بالعودة أولاً للمادة (5/24) من قانون العلامات التجارية و التي أعطت الحق لمستعمل العلامة التجارية بطلب ترقينها لدى المسجل و التي تؤدي للمنافسة غير العادلة. وبالعودة ثانياً للمادة (2/ب) من قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية الأردني رقم (15) لسنة 2000 والتي تنص على أنه:"إذا كانت المنافسة غير المشروعة متعلقة بعلامة تجارية مستعملة في المملكة سواء أكانت مسجلة أم غير مسجلة و تؤدي إلى تضليل الجمهور فتطبق في هذه الحالة أحكام الفقرة (أ) من هذه المادة". و كما رأينا فإن هذه المادة اعتبرت العلامة التجارية المستعملة حجة لصاحبها في وجه الغير، فيمنع الغير من الاعتداء عليها بأي فعل يشكل منافسة غير مشروعة. و المادة (3/أ) من ذات القانون أيضاً أعطت الحق لمستعمل العلامة التجارية ولو غير مسجلة بالمطالبة عن أي ضرر بسبب المنافسة غير المشروعة من خلال نصها على أن:"لكل ذي مصلحة المطالبة عما لحقه من ضرر نتيجة أي منافسة غير مشروعة".

---

(1) مغبغب، نعيم، مرجع سابق،ص92

و لكن إذا لم تكن العلامة التجارية مستعملة في المملكة و لم يثبت تداولها بين الجمهور و لا شهرتها عندهم، فلا يستطيع صاحب العلامة المطالبة عما لحقه من ضرر في حال قيام أي منافسة غير مشروعة على علامته كتقليدها مثلاً. و في ذلك جاء قرار محكمة التمييز الأردنية بصفتها الحقوقية رقم 2006/3547 (هيئة خماسية) تاريخ 2007/3/26 منشورات مركز عدالة :

. يستفاد من المادة 2 و3/أ من قانون المنافسة غير المشروعة ، أنّ الفقرة أ من المادة الثانية من قانون المنافسة غير المشروعة جاءت تتحدث عن المنافسة غير المشروعة في الشؤون الصناعية والتجارية وحددت أربع حالات اعتبرتها منافسة غير مشروعة وأقرت حكماً لحالة خامسة من حالات المنافسة غير المشروعة بالنسبة للعلامة التجارية هي أن تكون هذه العلامة التجارية مستعملة في المملكة الأردنية الهاشمية بصرف النظر عما إذا كانت مسجلة أو غير مسجلة وأن تؤدي هذه المنافسة إلى تضليل الجمهور . وحيث أنّ موضوع المنافسة غير المشروعة تتعلق بتقليد علامة تجارية . وحيث أنّ المدعية هي مالكة العلامة التجارية (ونستون Winston) كانت قد حصلت على العلامة التجارية للسجائر وينستون حيث أصبحت مسؤولة عن الاتجار في الأردن . وحيث تمّ ضبط ثلاثة حاويات للدخان في ميناء العقبه تبين أنّ الدخان الموجود فيها هو

(وينستون أحمر + وينستون أبيض + وينستون) وذلك لغايات تصدير الدخان إلى العراق وتبين بعد فحص هذه العينات أنها عينات مقلدة .

وحيث أنّ الثابت من الأوراق المقدمة في الدعوى بأنّ البضاعة المدعى تقليدها من قبل المدعى عليهم لم تدخل إلى المملكة الأردنية الهاشمية كما هو ثابت بكتاب مدير جمرك العقبة الموجه إلى مدير مؤسسة الموانئ ، كما أنّ المدعية لم تقدم أي بينة تثبت تداول الدخان بالعلامة التجارية داخل المملكة الأردنية الهاشمية بل أنّ المدعية تؤكد بأنّ الحاويات موضوع العلامة التجارية المقلدة تمّ ضبطها في ميناء العقبة وعليه تكون شروط الفقرة ب من المادة الثانية من قانون المنافسة غير المشروعة غير متوفرة وتكون

دعوى المدعية فاقدة لسندها القانوني و من المتعين ردها".

و نخلص من هذا القرار أن المشرع عندما أخذ بمبدأ التعويض عن المنافسة غير المشروعة لم يعترف به إلا على العلامة المستعملة في المملكة بغض النظر عن كونها مسجلة أم لا، فلو كانت مسجلة و غير مستعملة فلا يستطيع صاحب العلامة التمسك بالمنافسة غير المشروعة للدفاع عن حقوقه، فله في هذه الحالة اللجوء لقانون العلامات التجارية للتعويض عن أي ضرر لحقه جراء التعدي على علامته.

و ترى الباحثة أنه من المنطقي أن يُمنع التعدي على أي علامة تجارية و لو كانت غير مسجلة، فتحل شهرتها محل تسجيلها، لأنها عندما تكون معروفة لدى الجمهور فإن الجمهور لن يأبه إذا كانت مسجلة أم لا ففي حال تقليدها سيسبب هذا إساءة لها و لجودتها و سمعتها، فمن الضروري في هذه الحالة أن يتمكن صاحب العلامة من إيقاف التعدي على علامته أو الحصول على تعويض عن الأضرار التي لحقت بعلامته أو الاثنين معاً.

الفرع الثاني: التسجيل

التسجيل في الأردن من الممكن أن يكون منشئ لحق الملكية في العلامة التجارية،كما يمكن أن يكون مقرراً لها و ذلك بحسب الحالة. و لكنه شرط لازم لحماية العلامة التجارية في قانون العلامات التجارية الأردني (1).

و حيث أن المادة 28 من قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952 و تعديلاته نصت على أنه : " يعتبر تسجيل شخص مالكاً لعلامة تجارية مقدمة بينة على قانونية التسجيل الأصلي لتلك العلامة و على كل ما يلي من التنازل عنها و تحويلها و ذلك في جميع الإجراءات القانونية المتعلقة بتسجيلها". فيقصد بالتسجيل الإجراء الذي يقوم به مسجل العلامات التجارية بعد تقديم طلب له بذلك وفقاً للإجراءات المقررة.

و يتبين لنا من نص المادة السابق ذكرها أن التسجيل مقرر لحق الملكية و ليس منشئاً له، فالتسجيل هو مقدمة بينة على قانونية التسجيل الأصلي ، و هذا يعني أن تسجيل العلامة وفقاً للقانون الأردني هو مجرد قرينة قانونية لملكية العلامة التجارية و من الممكن إثبات عكسها، أي أن هذه القرينة ليست قطعية و إنما هي بسيطة، لإجازة طلب ترقين العلامة بعد تسجيلها في سجل العلامات التجارية.

(1) المادة (1/37/أ،ب) من قانون العلامات التجارية الأردني:" يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ستة آلاف دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين كل من ارتكب بقصد الغش فعلاً من الأفعال التالية :
أ . زور علامة تجارية مسجلة وفقاً لأحكام هذا القانون أو قلدها بطريقة تؤدي إلى تضليل الجمهور أو وسم داخل المملكة علامة تجارية مزورة أو مقلدة على ذات الصنف من البضائع التي سجلت العلامة التجارية من اجلها .
ب. استعمل دون حق علامة تجارية يملكها الغير على الصنف ذاته من البضاعة التي سجلت العلامة التجارية من اجلها .."

و مما يؤيد هذا الكلام نص المادة (5\24) من قانون العلامات التجارية الأردني: " أن كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المواد (6 أو 7 أو 8) من هذا القانون أو بسبب أن تسجيل تلك العلامة تنشأ عنه منافسة غير عادلة بالنسبة لحقوق الطالب في المملكة الأردنية الهاشمية، يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة".

يتبين لنا من نصوص المواد السابقة أنه من الممكن حذف علامة تجارية مسجلة، إذا نشأ عنها منافسة غير عادلة، كأن تتشابه العلامة التجارية المسجلة مع علامة تجارية مستعملة ، و لا يُشترط ثبوت وقوع الغش فعلياً، بل يكفي أن يكون هناك احتمال لوقوعه (1).

و لدى العودة لنصوص قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية الأردني، نرى أنها قد وفرت الحماية المدنية للعلامات التجارية سواء كانت مسجلة أو غير مسجلة (2). وهذا ما لم يوفره قانون العلامات التجارية الأردني فقد اشترط تسجيل العلامة التجارية حتى تكتسب الحماية المدنية و الجزائية، و استثنى من هذا الشرط العلامات التجارية المشهورة، فقد قرر لها الحماية المدنية سواء كانت هذه العلامات مسجلة أو غير مسجلة (3). بالرغم من أن هناك اتجاه فقهي يرى بأن عدم تسجيل العلامة التجارية في نطاق قانون العلامات التجارية من شأنه أن يحجب الحماية الجزائية و ليس المدنية (4).

---

(1) قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 72/65 ، مجلة نقابة المحامين، سنة 1973 ، ص 1497

(2) راجع المادة(2) من قانون المنافسة غير المشروعة الأردني.

(3) راجع المادة (25/ب) من قانون العلامات التجارية الأردني:" ب. إذا كانت العلامة التجارية مشهورة وان لم تكن مسجلة فيحق لمالكها أن يطلب من المحكمة المختصة منع الغير من استعمالها على منتجات أو خدمات مماثلة أو غير مماثلة شريطة أن يدل الاستعمال لهذه العلامة على صلة بين تلك المنتجات أو الخدمات وبين العلامة المشهورة واحتمال أن تتضرر مصالح صاحب هذه العلامة نتيجة هذا الاستعمال ويفترض احتمال حدوث لبس في حالة استعمال علامة تجارية مشهورة مطابقة على منتجات مماثلة" .

(4) زين الدين، صلاح،2005،شرح التشريعات الصناعية و التجارية،دار الثقافة للنشر و التوزيع،عمان،ص172-17

و جاء في قرار لمحكمة التمييز الأردنية أنه:

"1. يستفاد من المادة 26 من قانون العلامات التجارية بأن الحماية الجزائية للعلامة التجارية مقررة في القانون الأردني للعلامة التجارية المسجلة وان العلامة العائدة للمشتكية (تايجر TIGER) تستوجب الحماية الجزائية لكونها وفقا لما توصلت إليه المحكمة مسجلة ومجددة حسب الأصول. كما وان المشرع قصر الحق على استعمال العلامة التجارية على مالكها فقط الذي هو صاحب الحق بمنع الغير من استعمال علامة مطابقة على منتجات مماثلة ومن خلال هذه المادة فان الحماية تقتصر على استعمال علامة تجارية مشابهه لعلامة تجارية مسجلة وعلى منتجات مماثلة..." (1) .

إذاً كما جاء في هذا القرار فإن العلامة التجارية المسجلة هي العلامة التي تتمتع بالحماية الجزائية فضلاً عن الحماية المدنية التي تتمتع بها العلامة بغض النظر عن تسجيلها، فيكفي أن تكون مستعملة و معروفة لدى الجمهور حتى تتمتع بالحماية المدنية.

---

(1) قرار محكمة التمييز الاردنية (حقوق) رقم 2008/2159 الصادر بتاريخ 18/5/ 2008 منشورات مركز عدالة.

المطلب الثاني

كسب الحق في العلامة التجارية بالاستخلاف

بما أن العلامة التجارية تعد حالياً من أهم عناصر النجاح للمُنتَج المميز و البضاعة و الخدمة في السوق التجاري، باعتبارها جاذبة للمستهلك، حيث أنها معروفة لديه بالجودة و الإتقان المميز لما توضع عليه، فهي منقول معنوي ذو قيمة اقتصادية في الحياة العملية (1). و عليه فإن هذه العلامة أصبحت تعد من الأساسيات التي يستثمرها التاجر، إما بنقل ملكيتها وقبض ثمنها، أو بنقل منفعتها لمدة معينة مقابل أجر معين (ترخيص)، أو بالتنازل عن ملكيتها بدون مقابل (الهبة). فهي تختلف عن باقي عناصر الملكية الفكرية، بحيث لا يوجد قيود مُعتبَرة على التصرفات الواردة عليها سوى ما أوردته المادة (19) من قانون العلامات التجارية الأردني ، لأن المغزى من هذه العلامة هو للأغراض التجارية فهي ليست إبداع أو تأليف أو رسم مبتكر، وان كانت كذلك فيكون لمؤلفها أو لمبدعها الحق في التمتع بحماية حقوقه كمؤلف أو مبدع لهذه العلامة و ليس كمالك لهذه العلامة (2).

وهذا ما يؤيده نص المادتين (1/1،25/19) من قانون العلامات التجارية الأردني، إذ أشارتا إلى جواز التصرف بالعلامة التجارية عن طريق نقل ملكيتها أي بيعها أو تأجيرها عن طريق عقد الترخيص ، أو التنازل عنها عن طريق الهبة أو الوصية أو الميراث. و البحث في هذا الموضوع يتفرع كما يلي:

---

(1) كيرة، حسن،1973، المدخل إلى علم القانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، ط 5 ص481

(2) خاطر،نوري حمد،2005،شرح قواعد الملكية الفكرية، دار وائل للنشر،ص327.

الفرع الأول: بيع العلامة التجارية

يقصد ببيع العلامة التجارية نقل ملكيتها دون نقل ملكية المحل التجاري، بما لها وما عليها من حقوق والتزامات من مالكها إلى شخص آخر، مقابل ثمن معين متفق عليه (1).

ومن الممكن نقل ملكية العلامة التجارية بانتقال ملكية المحل إذا كانت العلامة ذات ارتباط وثيق به مالم يتفق على غير ذلك (2).

لكن الأصل بالعلامة التجارية استقلاليتها، وهو ما أطلق عليه قانون الملكية الفكرية في فرنسا مبدأ " استقلالية الماركة " فمن الممكن بيع العلامة التجارية دون بيع المحل التجاري(3)، أما إذا تم بيع المحل التجاري بشكل كلي وكانت العلامة التجارية مرتبطة به ارتباطاً وثيقاً فتنتقل العلامة تلقائياً دون حاجة إلى نص صريح بشأنها، و يشار هنا إلى ضرورة التأشير على بيعها في سجل العلامات التجارية،ليستطيع المشتري ممارسة حقوقه على هذه العلامة التجارية في مواجهة الغير (4).

---

(1) مغبغب، نعيم، مرجع سابق، ص14

(2) المادة (2\19) قانون العلامات التجارية الأردني:" تنتقل ملكية العلامة التجارية بانتقال ملكية المحل التجاري إذا كانت ذات ارتباط وثيق به ما لم يتفق على غير ذلك" .

(3) المادة (1071401) من قانون الملكية الفرنسية، أشار إلى ذلك مغبغب،نعيم، مرجع سابق، ص 144.

(4)راجع مادة (2\19) قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1952

أما إذا بيع المحل التجاري مع تعداد العناصر المباعة ، ولم يتم ذكر العلامة فتبقى ملكية هذه العلامة لصاحبها الأصلي ولا تنتقل مع المحل التجاري، ولمالك العلامة التجارية الاستمرار في استعمالها على بضائعه (1) . في حين إذا تم بيع المحل التجاري مع عناصره المعنوية فتباع العلامة مع بيعه . و مثالاً على ذلك تباع العلامة التجارية تلقائياً إذا باع المالك مغلف المنتج الذي يحمل عليه العلامة (2).

ولدى الرجوع للفقرة الخامسة من المادة "19" من قانون العلامات التجارية الأردني نرى أنها أحالت تحديد إجراءات نقل ملكية العلامة التجارية للتعليمات التي يصدرها الوزير لهذه الغاية بشرط نشرها في الجريدة الرسمية . أما إذا كانت العلامة التجارية المستعملة غير مسجلة في سجل العلامات التجارية، أو أراد مالكها بيعها فيخضع في هذا البيع للقواعد العامة في التصرف إلا إذا كانت ملحقة بالمحل التجاري فتكون قواعد نقل ملكية المحل التجاري هي الواجبة الاتباع (3).

(1) المادة (3/19) من قانون العلامات التجارية الأردني:" 3. اذا نقلت ملكية المحل التجاري دون نقل ملكية العلامة التجارية جاز لناقل الملكية الاستمرار في استعمال العلامة التجارية للبضائع التي سجلت لها العلامة التجارية ."

(2) خاطر، نوري،مرجع سابق،ص328

(3) خاطر ، نوري،مرجع سابق،ص327

ولا يسري بيع العلامة التجارية بأثر رجعي بل من تاريخ تدوين هذا البيع مع ضرورة النشر في الجريدة الرسمية، فلا يستطيع المشتري اعتبار شراءه للعلامة حجه مبررة لأي تصرف قام به في العلامة التجارية قبل تاريخ البيع، بل يصبح حجة له منذ تاريخ البيع الموجود في سجل العلامات التجارية (1). وبعد هذا التاريخ يستطيع المالك الجديد حماية العلامة ضد الغير، ويحق له أيضاً العودة على المالك القديم في ضمان العيوب الخفية، وضمان التعرض والاستحقاق، فمن الممكن أن تكون ملكية العلامة حقاً للغير أو يكون للغير أسبقية تسجيل العلامة، فيرجع المشتري على البائع إلا إذا اشترط الأخير عدم مسؤوليته عن ضمان التعرض والاستحقاق مع شرط حسن النية، ويعد هذا تطبيقاً للقواعد العامة في القانون المدني الأردني لعقد البيع على اعتبار أن المبيع هو العلامة التجارية ودعوى الاستحقاق كما نعلم تسقط بمرور ثلاث سنوات من تاريخ طلب التسجيل (2).

و كما يستطيع المالك الجديد حماية العلامة ضد الغير فإنه يستطيع أيضاً حمايتها من مالكها القديم لأنها أصبحت ملكاً له، فلا يمكن للمالك القديم القيام بأي تصرف من الممكن أن يعيق استعمال المالك الجديد للعلامة (3).

---

(1) راجع المادة (4\19) من قانون العلامات التجارية الأردني
(2) خاطر،نوري،مرجع سابق،ص330.
(3) خاطر،نوري،مرجع سابق،ص330.

الفرع الثاني: الهبة، الإرث، الوصية

لقد أشار نص المادة (1/19) من قانون العلامات التجارية الأردني للهبة والإرث والوصية بشكل ضمني من خلال قوله "يجوز نقل ملكية العلامة التجارية أو التنازل عنها". ونقل الملكية أو التنازل عنها يحملان بداخلهما معنى الهبة ومعنى الإرث ومعنى الوصية.

أولاً: الهبة

لدى العودة لقواعد القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة (1976) نجد أن قواعده نظمت الهبة، ونحن نستطيع تطبيق هذه القواعد على الهبة في العلامات التجارية، لأن القاعدة العامة هي أن القانون المدني يُطبّق في حال عدم وجود نص خاص. ومن هنا نبدأ بتعريف الهبة في نص المادة (575) "1-الهبة تمليك مال أو حق مالي لآخر حال حياة المالك دون عوض....2- ويجوز للواهب مع بقاء فكرة التبرع أن يشترط على الموهوب له القيام بالتزام معين ويعتبر هذا الالتزام عوضاً".

فإذا أراد شخص ما أن يهب علامته التجارية لشخص آخر يكفي في هذه الحالة صدور الإيجاب من الواهب برغبته في إعطاء علامته للموهوب له، و من دون مقابل،

و قبول الموهوب له هذه الهبة (1). ومن الممكن أن يشترط الواهب على الموهوب له القيام بالتزام معين ويكون هذا هو المقابل (2). وتتم الهبة في هذه الحالة بتمام نقل ملكية العلامة من الواهب إلى الموهوب له في سجل العلامات التجارية فتصبح هذه العلامة ملكاً للموهوب له من تاريخ تسجيلها، ويصبح الموهوب له هو صاحب الحق في هذه العلامة في وجه الغير وفي وجه الواهب نفسه فلا يستطيع أحد الاعتداء على هذه العلامة أو تقليدها لأنها أصبحت مملوكة له وحده.

---

(1) السنهوري،عبد الرزاق،2000،الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (5) العقود التي تقع على الملكية(الهبة و الشركة)،ط 3،منشورات الحلبي الحقوقية،لبنان،ص26. و أيضاً راجع المادة (2/557) من القانون المدني الأردني.
(2) راجع المادة (2/557) من القانون المدني الأردني.

أما بالنسبة للوعد فالهبة ليست من العقود التي من الممكن أن تنعقد بالوعد أو على مال مستقبل .

ولكن ماذا لو أراد الواهب استرداد علامته التجارية؟

لا يستطيع الواهب استرداد علامته التجارية لأنه نقل ملكيتها بمحض إرادته، إلا في حالة واحدة إذا اشترط في العقد حق استردادها في حالة عدم قيام الموهوب له بالتزامات معينة لمصلحته أو لمصلحة من يهمه ولم يقم بها (1) ،ففي هذه الحالة يستطيع استرداد علامته التجارية لتعود ملكه و لا خلاف في هذه المسألة.

ويبقى لنا أن نعلم أن الهبة في العلامات التجارية لا تنعقد بالوعد ولا تنعقد على مال مستقبل (2).وإذا توفي أحد طرفي الهبة قبل تسجيل العلامة باسم الموهوب له تطلق الهبة ولو كانت بعوض (3).

---

(3) راجع المادة (1/561) من القانون المدني الأردني.
(4) راجع المادة (563) من القانون المدني الأردني.
(5) راجع المادة (564) من القانون المدني الأردني.

ثانياً: الوصية

لقد تم تعريف الوصية في نص المادة (1/1125) من القانون المدني الأردني على أنها: " تصرف في التركة مضاف إلى ما بعد الموت". وكما نعلم أن الموصي يوصي بشيء معين لشخص ما يسمى الموصى له، و هذا الشيء في بحثنا هو العلامة التجارية، وهذه الوصية تأخذ حكمها بعد موت الموصي. وكذا هو الحال إذا قام شخص بتصرف لصالح أحد ورثته ولكن مع احتفاظه بحيازة العين التي قام بالتصرف فيها وانتفاعه بها طول حياته. اعتبر مثل هذا التصرف وصية لأنه مضاف إلى ما بعد الموت ما لم يقيم دليل يخالف ذلك(1) .

والسؤال الذي يثور في هذا المجال هو: هل يستطيع الموصى له بعد موت الموصي أخذ الوصية حجة له في وجه الغير وفي وجه الورثة؟

ومن البديهي هنا أنه يستطيع أن يعتبر الوصية حجة له لكن بشرط تسجيلها في دائرة التسجيل، فإذا كانت الوصية مجرد سند من غير تسجيل فلا يستطيع الاحتجاج بها أبداً، وبالنسبة لاحتجاجه ضد الورثة يكون من تاريخ وفاة الموصي، أما بالنسبة إلى الغير فيكون من تاريخ تسجيل هذه الوصية بدائرة التسجيل (2) .

---

(1) راجع المادة (2/125) من القانون المدني الأردني
(2) راجع المادة (1120) من القانون المدني الأردني.

ثالثاً: الميراث

نصت المادة (1/1086) من القانون المدني الأردني : "يكسب الوارث بطريق الميراث العقارات والمنقولات والحقوق الموجودة في التركة ". والعلامة التجارية هي من ضمن الحقوق الموجودة في التركة، فينتقل حق ملكية العلامة التجارية من المورّث إلى الوريث، مثل أي حق ملكية آخر. و مما يؤكد هذا الكلام قرار محكمة العدل العليا رقم 2008/158 بتاريخ 2008/6/18، و الذي قرر أنه: ". تعتبر العلامة التجارية أحد الحقوق المعنوية المتصلة دائماً بنشاط التاجر باعتباره مالاً منقولاً معنوياً مستقلاً على عناصره المكونة له فتعبر حق الملكية التجارية من الأموال التجارية وتنتقل إلى الورثة عند وفاة مالكها وان عدم إضافة كلمة (بالإضافة إلى التركة) لا تأثير لها هنا على صحة الخصومة"(1) .

فإذا مات مثلاً شخص مالك لمطعم ما، و كان هذا المطعم مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بعلامته التجارية مثل مطعم (KFC) كنتاكي، فتنتقل هنا ملكية العلامة التجارية مع انتقال ملكية المحل التجاري والذي هو في مثالنا المطعم. ومع انتقال ملكية العلامة التجارية وتسجيلها في سجل العلامات التجارية باسم الوريث يستطيع هذا الأخير ممارسة حقه الكامل بالعلامة التجارية، ويستطيع الاحتجاج بها في وجه الغير لأنها أصبحت ملكه، إلا إذا كان هناك ما يخالف ذلك، كأن يكتب المورث قبل موته وصية بعدم انتقال هذه العلامة التجارية للورثة يسجل هذه الوصية في دائرة التسجيل، أو يضع بنداً أنه بمجرد وفاته تلغى هذه العلامة من سجل العلامات التجارية (2). لكن ما العمل إذا وُجد للمورث عدة ورثة، فما مصير العلامة التجارية و لمن تورث؟

---

(1) قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 2008/158،بتاريخ 2008/6/18،منشورات مركز عدالة.
(2) بناءً على نص المادة (2/19) من قانون العلامات التجارية الأردني:"تنتقل ملكية العلامة التجارية بانتقال ملكية المحل التجاري إذا كانت ذات ارتباط به مالم يتفق على غير ذلك.

وفقاً للقواعد العامة في الشيوع ونظراً لصعوبة تقسيم العلامة التجارية عيناً تبعاً لطبيعتها غير القابلة للتقسيم، فتنتقل ملكية العلامة هنا إلى جميع الورثة على الشيوع فيما بينهم، وتبعاً لذلك لا يمكن أن يستعمل أي من الورثة العلامة التجارية لتمييز بضائعه من غير أن يحصل على موافقة باقي الورثة (1).

ولدى عودتنا لقانون العلامات التجارية الأردني فإننا لا نجد ما يعالج حالة انتقال ملكية العلامة التجارية إلى الورثة عند وفاة المورث بنص صريح، لذا عدنا في هذا الموضوع لنص المادة (1/18) من قانون العلامات التجارية الأردني وقد جاء فيها أنه : " إذا كان شخص يستعمل بطريق المزاحمة الشريفة علامة تجارية يستعملها شخص آخر أو إذا وجدت أحوال خاصة أخرى يستصوب المسجل معها تسجيل نفس العلامة باسم أكثر من شخص واحد، فيجوز للمسجل أن يسمح بتسجيل تلك العلامة أو أية علامات أخرى قريبة الشبه بها لنفس البضائع أو الصنف من البضائع باسم أكثر من شخص واحد على أساس القيود والشروط التي قد يستصوب فرضها من حيث طريقة الاستعمال ومكانه وغير ذلك من الأمور".

ويرى الباحثون أن كلمة "أحوال خاصة" تندرج تحتها حالة الوفاة وإنني اتفق مع هذا الرأي، فبهذه الحالة يقوم المسجل بتسجيل العلامة التجارية باسم جميع الورثة الذين انتقلت إليهم ملكية هذه العلامة (2) . و نلاحظ على نص المادة (1/18) من قانون العلامات التجارية الأردني أنه لم يضع قيود على امتلاك العلامة التجارية من قبل أكثر من شخص و كيفية التصرف و إدارتها، و هل تخضع للأحكام التي تخضع لها إدارة المال الشائع أم لا؟ و هل يستطيع أحد الأشخاص المسجلة العلامة باسمهم التصرف بها بصفة مستقلة أو الترخيص للغير باستعمالها أم لا؟

---

(1) القليوبي، سميحة، 1996، الوجيز في التشريعات الصناعية، دار النهضة العربية، ط 2، ص261 وما بعدها
(2) زين الدين، صلاح، 2006، العلامات التجارية وطنياً و دولياً، دار الثقافة للنشر و التوزيع، ص208

الفرع الثالث:

الإيجار(عقد الترخيص باستعمال علامة تجارية)

كما رأينا أن العلامة التجارية هي من الحقوق التي يمكن للشخص أن يتصرف فيها كأن يقوم ببيعها أو الإيصاء بها أو توريثها أو وهبها أو غيرها من التصرفات القانونية الأخرى، و يمكن له أيضا استغلالها عن طريق تأجيرها لشخص آخر وأخذ المقابل منه وهذا ما يسمى بعقد الترخيص.

و حيث أن المشرع الأردني قد عالج موضوع الترخيص في المادة (2/25) من قانون العلامات التجارية والتي نصت على أنه:"2. لمالك العلامة التجارية أن يرخص لشخص أو أكثر بموجب عقد خطي باستعمال العلامة التجارية لأي من بضائعه ولمالك هذه العلامة حق الاستمرار في استعمالها ما لم يتفق على خلاف ذلك ، ولا يجوز أن تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة التجارية على المدة المقررة قانونا لحمايتها ويجوز إيداع هذا العقد لدى المسجل." .

إذاً هو بمثابة توكيل مؤقت من صاحب العلامة الذي يسمى المرخص عن ملكية علامته لشخص آخر ويطلق عليه المرخص له خلال مدة معينة معلومة ومقابل عوض معلوم (1).

([1]) خاطر،نوري،مرجع سابق،ص331.

وتتم هذه العقود في بعض الأحيان من خلال مكاتب خاصة حيث يقوم أصحاب هذه المكاتب بعرض العلامات التجارية للبيع أو للإيجار (الترخيص) ، فإذا أراد شخص استئجار علامة معينة من هذا المكتب أو من صاحبها فما عليه سوى إعلام المكتب برغبته ، و يتم الاتفاق بعد ذلك على بنود العقد، الذي لا يختلف عن باقي العقود إذ يجب أن تتوافر فيه كافة الأركان والشروط من تراضي ومحل وأهلية وسبب، فلا يجوز التعاقد على علامة مستقبلية غير مودعة من قبل مالكها و ذلك بوجود جهالة فاحشة متحققة في مثل هذه الحالة(1) ..

و بالنسبة لزمان العقد فهو كما يرى جانب فقهي مثل الإيجار أيضا فمن الممكن أن يحدد المتعاقدان فترة زمنية معينة لإنهاء العقد، ومن الممكن أن لا يحددا ذلك فيصبح العقد غير محدد المدة و ممكن إلغاءه في أي وقت بعد الإخطار (2)، مع الأخذ بعين الاعتبار أن مدة تسجيل العلامة التجارية هي عشر سنوات و تلغى حماية هذه العلامة بعد مرور هذه الفترة إذا لم يقم المالك بتجديد تسجيلها، فمن البديهي أن لا تزيد مدة الترخيص الذي يمنحه المالك للمرخص له عن مدة حماية العلامة، لأن العلامة بعد مرور العشر سنوات تلغى من السجل ولا يستطيع المالك أن يمارس حقوقه في حمايتها ،فكيف سيستطيع المرخص له من الاستمرار في استعمالها؟ و هذا ما أشارت لذلك المادة (2/25):"... ولا يجوز أن تزيد مدة الترخيص باستعمال العلامة التجارية على المدة المقررة قانوناً لحمايتها...".

(1) خاطر،نوري،مرجع سابق،ص(332،331).
(2) خاطر،نوري،مرجع سابق،ص331

أما بالنسبة لمكان تنفيذ العقد فلا يجوز للمرخص له استعمال العلامة التجارية في غير الدولة المعينة له في العقد . و بالنسبة لشكل عقد الترخيص فلم يرد أي نص يحدد شكل هذا العقد، سوى ما اشترطته المادة (5/25) من قانون العلامات التجارية الأردني فيما يتعلق بكتابة هذا العقد خطياً و هو شرط للإثبات و ليس للصحة. و فيما يتعلق بتوثيق هذا العقد لدى مسجل العلامات التجارية في وزارة الصناعة و التجارة في الأردن فإن المادة (4/26) من قانون العلامات التجارية الأردني قد جاءت بدايتها بأنه يجوز للمسجل بناءً على طلب يقدم من صاحب العلامة أن يسجل أي تنازل أو مذكرة، و هنا الأمر يتوقف على طلب صاحب العلامة و ليس وجوبياً عليه و هو واضح من نص المادة أعلاه.

واختلف الفقهاء في مسألة كتابة العقد وتوثيقه هل هي شرط للانعقاد أم شرط للإثبات؟ فمنهم من قال بأن شرط الكتابة والتوثيق شرط انعقاد وسندهم في ذلك المادة (2/25) من قانون العلامات التجارية "بموجب عقد خطي موثق"، وهناك من يعتقد بأن المقصود من هذا الشرط هو الإثبات وليس الانعقاد(1) و نلاحظ أن هذا الرأي كما يبدو لنا قد اعتمد على صريح نص المادة (2/25) من قانون العلامات التجارية و لكن هذا النص قد تم تعديله بحذف كلمة موثق و هذا دليل آخر على عدم اشتراط توثيق عقد الترخيص، علماً أنه نص الفقرة الثالثة من هذه المادة قبل تعديلها كانت تشير إلى ضرورة أن تصدر تعليمات من قبل وزير الصناعة و التجارة تحدد فيها إجراءات تسجيل عقد الترخيص و تجديده و المنطقة الجغرافية المحددة لتطبيقه.

---

(1) خاطر،نوري،مرجع سابق،ص332.

وهناك من اتجه اتجاه وسطي و تفسيره كان بأن حكم التوثيق يختلف باختلاف النظرة إليه فإذا نظرنا إليه على أنه ركن في العقد فيكون العقد باطل، أما إذا نظرنا إليه على أنه ليس ركناً في العقد فيكون العقد صحيح(1) .ويكمل صاحب هذا الرأي أن توثيق عقد الترخيص لا يغدو أن يكون أكثر من شرط للإثبات وليس للانعقاد و لكننا نختلف معه في أن حكم الشرط قد يأخذ حكم الركن و يؤدي إلى بطلان العقد، وأنا أوافق هذا الرأي فالعقد منعقد وصحيح لكن إذا ادعى شخص بحق على مالك العلامة فعليه إثباته كتابة وبالشكل الذي حدده القانون.

وهناك صور للترخيص وهي (2) :

1. الترخيص البسيط: وهو ما يطلق على الترخيص عندما يحتفظ المرخص لنفسه بحق استعمال العلامة التجارية (محل العقد) مع حق المرخص له باستعمالها أيضاً.
2. الترخيص الوحيد: وهو الترخيص الذي بموجبه يحق للمرخص له باستعمال محل الترخيص (العلامة التجارية) مع منع المرخص من منح أي طرف ثالث ترخيصاً باستعمال تلك العلامة.
3. الترخيص الاستئثاري: ويقصد بهذا النوع عندما ينفرد المرخص له في استعمال محل الترخيص (العلامة التجارية) لوحده، من دون أن يحق للمرخص استعمال الأخيرة بنفسه، ومن دون أن يمنح حق استعمالها لشخص ثالث.

([1]) زين الدين،صلاح،العلامات التجارية وطنياً ودولياً،مرجع سابق،ص219.
(2) زين الدين،صلاح،المرجع نفسه،ص217

و لن أطيل البحث في عقد الترخيص فهو شبيه بعقد الإيجار، و يرتب نفس الآثار من حقوق والتزامات ولكن هذه الالتزامات مرتبطة باستعمال العلامة التجارية، وأهم التزام هو ما يقع على عاتق المرخص له باستعمال العلامة التجارية واستغلالها، لأن عدم الاستعمال ممكن أن يؤدي لشطب العلامة التجارية (1). و هو كما يبدو لنا في حالة الترخيص الاستشاري.

و أود أن أعرض في هذا الصدد رأي الدكتور صلاح زين الدين في عقد الترخيص على انه عقد يثير أحياناً مشكلة حقيقية لدى الزبائن، حيث أن العلامة التجارية الرائجة لدى المستهلك بجودة منتجاتها ومستواها الحائز على الثقة في بلد المنشأ، تُستغل لنفس المنتج في بلد آخر لكن في بعض الأحيان تكون المواد المصنوعة منه لا تحمل نفس جودة المواد الأصلية و لا نفس طريقة التصنيع، و بالتالي يصنع هذا الأمر تضليلاً للمستهلك (2)، مثل مطعم KFC كنتاكي فمنتجاته تختلف بالمذاق من دولة لأخرى بحسب جودة المكونات التي يستخدمها المرخص لهم، حتى أننا نضيف على ذلك بأن منتجات (kfc) داخل الأردن تختلف من فرع إلى آخر وهكذا الأمر أيضاً بمحل الملابس الذي تحمل بضاعته علامة (Benetton) فهو ظاهرياً مطابق لمحل البلد الأصيل لكن جودة بضاعته تقل في الدول العربية عن جودتها في الدولة الأصيلة، وهذا ينطبق على الأدوية والخدمات وجميع أنواع البضائع.

---

(1) خاطر، نوري،مرجع سابق،ص333
(2) زين الدين،صلاح، المرجع نفسه ،ص219

ومسؤولية هذا التقصير تقع على عاتق المرخص الشركة العالمية ، و التي بدورها يجب أن تتحمل مسؤولية مراقبة جودة المنتجات التي تحمل علامتها بصفة دورية، وإلزام الشركة المرخص لها بمقاييس جودة معينة. وتقع أيضاً على عاتق المرخص له بوجوب التزامه بنفس الجودة الموجودة لدى الشركة المرخصة وعدم قيامه بأي عمل يؤدي إلى الغش (1).

وأميل بهذا الخصوص إلى رأي الدكتور صلاح زين الدين بأن موضوع ترخيص العلامة التجارية يجب أن يقترن بشروط محددة كما أنه يجب مراقبة تطبيق هذه الشروط، لأنه في حالة عدم المراقبة فإن المنتج الذي يحمل العلامة المرخص بها سينخفض عدد زبائنه بالتالي سينخفض مستوى الطلب عليه، و هو أمر سينعكس سلباً على سمعة هذه العلامة في العالم بدل من أن يشهرها ويزيد الطلب عليها، فالفائدة المرجوة من عقد الترخيص هي استعمال العلامة في أكبر حيّز ممكن وإشهارها وزيادة الطلب على المنتجات أو البضائع أو الخدمات التي تحملها، وهذه الفائدة لن تتحقق إلا بوضع شروط مُحكمة بدرجة عالية في عقد الترخيص، ومعايير محددة للجودة، والالتزام بهذه الشروط والمعايير. و من ناحية أخرى إن موضوع الترخيص من الممكن أن يؤثر سلباً على التجارة الوطنية، لأنه حين دخول العلامة التجارية المُرخَصة، و التي على الأغلب تسبقها سمعتها، إلى الأردن فهذا الأمر من شأنه أن يُضعِف منافسي هذه العلامة المحليين، و هذا ما نصت عليه اتفاقية تربس و أخلت مسؤوليتها من أي شرط بعقد الترخيص من شأنه تقييد المنافسة في الدولة المُرخَص لها، و حمّلت الدول الأطراف كل ما ينتج عن هذه العقود من آثار سلبية على التجارة، و من أي عرقلة لنقل التكنولوجيا (2).

---

(1) زين الدين،صلاح، المرجع نفسه ،ص220.

(2) جلال، ناصر،2005، حقوق الملكية الفكرية و آثارها على اقتصاديات الثقافة و الاتصال و الإعلام،الهيئة المصرية العامة للكتاب،القاهرة،ص121 .تنص المادة (1/40) من اتفاقية تريبس على أن:"1-توافق البلدان الأعضاء على أنه قد يكون لبعض ممارسات أو شروط منح التراخيص للغير،فيما يتعلق بحقوق الملكية الفكرية المقيدة للمنافسة،آثار سلبية على التجارة و قد تعرقل نقل التكنولوجيا و نشرها.

و لكن ما مدى تأثير انتقال ملكية العلامة التجارية لمالك جديد على حقوق المرخص له من قبَل المالك القديم؟ و نستعين في هذا الصدد بقرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 1997/452 (هيئة خماسية) بتاريخ 1998/9/19 منشورات مركز العدالة:

" 4. اذا كانت العلامة التجارية (بوسطن فرايد تشكن BOSTON FRIED CHICKEN هي في الأصل مملوكة لمؤسسة (اسكندر كوربوريش ويمثلها خليل اسكندر) مواطن مقيم في نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية ، ومركز هذه المؤسسة نيويورك أيضا وقد تم توقيع اتفاقية امتياز بتاريخ 1993/8/3 بين هذا المؤسسة ن وبين سامي عاصي صاحب المؤسسة المستأنفة تم بموجبها الترخيص للأخير باستخدام العلامة التجارية المذكورة في عمان لإنتاج وبيع الدجاج المقلي بالمفرق والمواد الغذائية الأخرى ، وتضمنت الاتفاقية بان يكون للمستأنفة الحق الحصري في استخدام العلامة التجارية طالما ان هذه الاتفاقية سارية المفعول ، كما نصت الاتفاقية على صلاحيتها لمدة عشر سنوات من تاريخ توقيعها ، قابلة للتمديد لفترات زمنية أخرى مدتها عشر سنوات ، إلا إذا تم التبليغ عن النية من احد الفريقين بإنهائها قبل تسعين يوما من تاريخ انتهاء أي فترة عشر سنوات. وعلى اثر هذه الاتفاقية قامت المستأنفة بتقديم طلب لتسجيل العلامة في عام 1994 وأخذت في استعمالها في عمان بعد ان حصلت على ترخيص بفتح مطاعم تحت الاسم التجاري (مطاعم بوسطن فرايد تشكن) وهو إجراء يتفق مع أحكام المادة السادسة من قانون العلامات التجارية . إما احتجاج المستأنف عليها الثانية باتفاقية التسوية ونقل الملكية الموقعة بتاريخ 1993/8/31 في مدينة شيكاغو بالولايات المتحدة الأمريكية بين خليل اسكندر ومؤسسة اسكندر كوربويشن من جهة ، وبين شركة بوسطن تشيكن انك INC BOSTON CHIKEN من جهة ثانية والمتضمنة تنازل اسكندر كوربوريش عن جميع حقوقه المملوكة في العلامة التجارية المذكورة إلى (بوسطن تشكن انك) فان هذه الاتفاقية لا تؤثر على حق الامتياز باستعمال العلامة الذي حصلت عليه المستأنفة لكون الأخيرة لم تكن طرفا فيه ولم تتطرق هذه الاتفاقية صراحة إليها . وفي ضوء ما تقدم يكون قرار مسجل العلامات التجارية بقبول الاعتراض وعدم السير في إجراءات تسجيل العلامة التجارية باسم المستأنفة مخالفا لإحكام القانون ومستوجبا للفسخ".

فمن العدل أن لا يتأثر عقد الترخيص بانتقال ملكية العلامة من شخص لآخر،لأن المرخَص له عندما وافق على عقد الترخيص اتفق على مدة معينة و لا يجوز أن ينتهي العقد قبل انتهاء هذه المدة حتى لو انتقلت ملكية العلامة فإن الحقوق و الالتزامات المترتبة عليها تنتقل معها حتى تنتهي مدة هذه الالتزامات.

المبحث الثاني

مميزات الحق في العلامة التجارية

إن الحق في العلامة التجارية يختلف عن باقي الحقوق من حقوق مالية وشخصية وعينية، وحيث أن هذا الحق له صورة خاصة مختلفة عما نعرفه من الحقوق، فهو يتمتع بمجموعة من الخصائص التي تجعله بمكان بعيد عما سواه من الحقوق، وهذا هو موضوع هذا المبحث الذي سيتم البحث فيه من خلال مطالب ثلاثة وعلى النحو التالي:

المطلب الأول: نسبية الحق في العلامة التجارية.

المطلب الثاني: وقتية الحق في العلامة التجارية.

المطلب الثالث: الحماية المزدوجة التي يتمتع بها الحق في العلامة التجارية.

المطلب الأول

نسبية الحق في العلامة التجارية

جاءت هذه الخاصية من ضمن نص المادة (17) من قانون العلامات التجارية : "إذا طلب عدة أشخاص تسجيل علامات تجارية متماثلة أو قريبة الشبه بعضها ببعض وكانت تلك العلامات تتعلق بنفس البضائع أو الصنف، فيجوز للمسجل أن يرفض تسجيل أية علامة من تلك العلامات".

إذ قرن المشرع في هذه المادة رفض تسجيل العلامة المطابقة أو المشابهة بشرط أن تتعلق هذه الأخيرة بنفس البضائع أو الصنف، تبعاً لذلك يجوز أن يقبل المسجل تسجيل علامة مطابقة أو مشابهة إذا كانت على بضاعة أو أصناف مختلفة.

وهذا ما أُطِلق عليه الحق النسبي في ملكية العلامة التجارية، أي أن حق مالك العلامة التجارية يكون حجة له، لكن ليس في وجه الغير بشكل عام، إنما هذه الحجة تكون في وجه منافسيه الذين يملكون بضاعة أو منتجات أو خدمات من نفس صنف ما يملكه صاحب العلامة التجارية .

و يجدر أن يلحظ هنا أن مالك العلامة التجارية ليس من حقه أن يمنع الغير من تسجيل علامة مماثلة أو مطابقة لعلامته إلا إذا أراد تسجيلها على نفس الصنف الذي يعمل به مالك العلامة التجارية، لأن أهمية العلامة تتمركز في إعطاء المنتج أو الخدمة طابع مميز في السوق التجاري ، لا أن يقع المستهلك بالخلط واللبس و التضليل .

(1)زين الدين،صلاح،مرجع سابق،ص194

وإذا عدنا للمادة (18) من قانون العلامات التجارية الأردني نجد أنها قد سمحت بتسجيل نفس العلامة التجارية باسم أكثر من شخص ولو تشابهوا بموضوع النشاط، بشرط أن لا يُحدث هذا التسجيل لبس أو تضليل بين منتجاتهم أو خدماتهم في السوق.

فموضوع تسجيل علامة مشابهة أو مطابقة لأكثر من شخص مرتبط بمسألة مدى إحداث هذا التسجيل خلط أو لبس بين المنتجات أم لا، فحق مالك العلامة حق موجود ولكن يحتج به بوجه من ينافسه في نفس المجال وبوجه من سيُحدث له تضليل عند الجمهور لو سجل نفس علامته.

([1]) طه، مصطفى،مرجع سابق،ص751.

و في ذلك جاء قرار محكمة التمييز الأردنية (حقوق) رقم 2008/2159 (قاضي منفرد) تاريخ 2008/5/18 منشورات مركز عدالة :

"1. يستفاد من المادة 26 من قانون العلامات التجارية فان الحماية الجزائية للعلامة التجارية مقررة في القانون الأردني للعلامة التجارية المسجلة وان العلامة العائدة للمشتكية (تايجر TIGER) تستوجب الحماية الجزائية لكونها وفقا لما توصلت إليه المحكمة مسجلة ومجددة حسب الأصول. كما وان المشرع قصر الحق على استعمال العلامة التجارية على مالكها فقط الذي هو صاحب الحق بمنع الغير من استعمال علامة مطابقة على منتجات مماثلة ومن خلال هذه المادة فان الحماية تقتصر على استعمال علامة تجارية مشابهه لعلامة تجارية مسجلة وعلى منتجات مماثلة أي أنها تتطلب ركنين لقيام حق مالك العلامة المسجلة بالدفاع عنها:

.... الركن الثاني ان يكون الاستعمال على منتجات متماثلة ومن خلال تقرير الخبرة الذي أخذت المحكمة به في نفي الركن الأول فإنها تأخذ به كذلك لنفي الركن الثاني والذي بين للمحكمة بان المنتج العائد للمشتكية والذي يحمل علامتها التجارية هو خاص بالأحذية الرياضية وان المنتج المستورد من قبل المشتكي عليهما خاص بأحذية السلامة العامة أي أن كلاهما مختلف عن الآخر وبالتالي انتفاء التماثل فيما بينهما بالإضافة إلى ما يؤكد ذلك اختلاف الصنف المسجلة به كل منهما إذ أن الأحذية الرياضية تدخل في الصنف 25 وهو الحال بالنسبة للعلامة المملوكة للمشتكية وفق لما هي مسجلة من اجله بينما الأحذية الخاصة بالسلامة العامة الأحذية الصناعية تندرج بالصنف (9) كذلك اختلاف الجمهور المعني بكل من المنتجين الأول والخاص بالرياضيين والثاني الخاص في أهل الصناعة لمواصفاته الملائمة للقطاع المصنع من اجله . وبالتالي فان هذا الركن يكون منتفيا ذلك ان الحماية مقررة للعلامة التجارية بذات الصنف المسجلة به."

المطلب الثاني

وقتية الحق في العلامة التجارية

لقد نصت المادة (1/20) من قانون العلامات التجارية الأردني على أن : "1.مدة ملكية حقوق العلامة التجارية عشر سنوات من تاريخ تسجيلها ويجوز تجديد تسجيلها لمدد مماثلة وفقاً لأحكام هذا القانون".

ونصت المادة (1/22) من القانون ذاته على أنه: "1.مع مراعاة أحكام المادة (25) من هذا القانون يجوز لأي شخص ذي مصلحة أن يطلب من المسجل إلغاء تسجيل أية علامة تجارية مسجلة لغيره إذا لم يستعملها فعلياً وبصورة مستمرة خلال السنوات الثلاث التي سبقت الطلب إلا إذا أثبت مالك العلامة التجارية أن عدم استعمالها يعود إلى ظروف تجارية خاصة أو إلى أسباب مسوغة حالت دون استعمالها".

لقد جاءت هذه المواد لتوضح لنا أن الحق في العلامة التجارية ليس حقاً دائماً بل هو حق مؤقت مقترن بمدة تسجيله لدى مسجل العلامات التجارية وباستعماله على البضائع و الخدمات و المنتجات. فالحق في العلامة لا يغدو أن يكون حقاً دائماً ملزماً للإنسان طوال حياته، بل هو ينتهي بانتهاء فترة تسجيله والتي حددها المشرّع الأردني بعشر سنوات، فإذا انتهت المدة من دون تقديم طلب لتجديد التسجيل فيجب على المسجل إخطار مالك العلامة بانتهاء المدة و إذا مضت سنة و لم يتقدم المالك بطلب التجديد فيتم شطب العلامة نهائياً من السجل (1) ، إلا إذا جدد مالك العلامة هذا الحق عن طريق تجديد التسجيل، كذلك الحال إذا ثبت أن مالك العلامة لم يستعملها في آخر ثلاث سنوات من تسجيلها – فتشطب العلامة من سجل العلامات التجارية إلا إذا أثبت مالكها وجود أسباب مسوغة و مبررة لعدم استعمالها.

---

(1) راجع المادة (21) من قانون العلامات التجارية الأردني

و يرى جانب من الفقه أن مالك العلامة التجارية عند استمراريته في تجديد تسجيل العلامة ودفع الرسوم من الممكن أن يظهر حقه في العلامة كحق دائم مستمر إلى ما لا نهاية ، إلا أنه حتى لو استمر المالك في تجديد العلامة فهذا لا يغير من طبيعة الحق في ملكيتها ولا يجعلها حق دائم ويبقى مؤقت مقرون بتجديد التسجيل، ولأن مجرد عدم تجديد تسجيلها ودفع الرسوم أو عدم الاستعمال فهذا يؤدي إلى شطبها من السجل، أي عدم بقائها تحت جناح مالكها فلا يستطيع الاحتجاج بها في وجه الغير لأنها قد شطبت من السجل ولم تعد ملكه (1).

وكذلك الأمر عند ترك المالك للعلامة وعدم استعمالها فعلياً، والتأكد أن عدم الاستعمال سببه عدم وجود نية صادقة أو رغبة حقيقية لاستعمال تلك العلامة استعمالاً فعلياً، او أنه ثبت عدم استعمال العلامة لمدة محددة، ولكن قد وضّح لنا المشرّع في المادة (22) من قانون العلامات التجارية الأردني أنه إذا ثبت أن عدم الاستعمال يعود إلى أحوال تجارية خاصة تسوّغ له عدم الاستعمال، فلا يجوز إلغاء العلامة من السجل.

إذاً كما رأينا يبقى الحق في العلامة التجارية حق مؤقت قابل للتجديد عن طريق التجديد ودفع الرسوم. و مما يؤيد هذا الرأي قرار لمحكمة العدل العليا رقم 2008/24 (هيئة خماسية) بتاريخ 2008/3/19:

---

(1) زين الدين،صلاح،مرجع سابق،ص195

"اذا كانت العلامة التجارية (دنيا) المسجلة باسم مؤسسة الهلال لتحضير الأغذية فإن مدة الحماية المقررة لهذه العلامة وفقاً لأحكام المادة (20) من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 قبل التعديل والواجب التطبيق على هذه الواقعة هي سبع سنوات وبذلك فإن مدة الحماية لهذه العلامة تنتهي بتاريخ 2003/5/21 وتعتبر مشطوبة حكماً إعمالاً لنص المادة (21) من قانون العلامات التجارية المشار إليها آنفاً بعد مضي سنة على انتهاء مدة تسجيلها أي بتاريخ 2004/5/21 وأن حق المستدعي في تسجيلها باسمه يكون بعد مضي سنة واحدة من هذا التاريخ أي في 2005/5/21 . ولما كان المستدعي قد تقدم بطلبه لتسجيل هذه العلامة التجارية باسمه بتاريخ 2003/8/6 فيكون قبول طلبه وتسجيل العلامة باسمه قد تم بصورة مخالفة لأحكام المادتين (20 و 21) من قانون العلامات التجارية وأن رجوع المسجل عن قراره في التسجيل ليس فيه مخالفة للقانون وأن الخطأ لا يرتب حقاً للغير ولا يفقد صاحب الحق حقه ويستفاد من المادة (10/8) من قانون العلامات التجارية انها لم تجز تسجيل العلامة التجارية التي تطابق علامة تخص شخصاً آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الغير . وبمناظرة العلامتين التجاريتين (دنيا DONIA) المسجلة باسم المستدعي و (دنيا) المسجلة باسم المعترضة مؤسسة الهلال لتحضير الأغذية (طالبة الترقين) نجد أن هناك تطابقاً تاماً بينهما من حيث اللفظ والكتابة والصنف الأمر الذي يوحي بوجود صلة بين العلامتين مما يؤدي إلى غش الغير ."

اذاً و كما يبدو لنا لا يجوز التعدي على العلامة التجارية ما دام أنها ما زالت ضمن مدة الحماية المقررة لها قانوناً، و من أشكال التعدي هو سلب هذه العلامة و تسجيلها نفسها باسم شخص آخر، و لا يجيز القانون هذا الفعل إلا بعد انتهاء مدة الحماية المقررة قانوناً لهذه العلامة.

المطلب الثالث

الحق في العلامة التجارية له حماية مزدوجة

يتميز الحق في العلامة التجارية بأن له حماية قانونية مزدوجة (حماية مدنية و جزائية) (1). ولكن هذا الحق في الحماية المزدوجة تنفرد فيه العلامة التجارية المسجلة، فهي التي تمكن مالكها من الاحتجاج بها في وجه الغير عن طريق دعوى مدنية مطالباً بالتعويض ممن وقع عليه الاعتداء وفي نفس الوقت إقامة دعوى جزائية (جنائية) لمعاقبة هذا المتعدي عن اعتدائه على العلامة التجارية (2)

.

أما العلامة التجارية غير المسجلة فلا يستطيع مالكها المدافعة عن حقه فيها إلا عن طريق أخذ تعويض من خلال دعوى مدنية فقط، على الرغم من تجريد قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952 في نص المادة (33) العلامة التجارية غير المسجلة من الحماية المدنية (3)، إلا أن الدعوى المدنية تستند هنا إلى نص المادة (2/ب) من قانون المنافسة غير المشروعة و الإسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000، كما تستند إلى القواعد العامة في المسؤولية عن الفعل الضار في نص المادة (256) من القانون المدني الأردني والتي جاء فيها أن "كل إضرار بالغير يلزم فاعله، ولو غير مميز بضمان الضرر". و لكن يرى بعض الفقه أننا لا نستطيع إسناد هذه الدعوى إلى دعوى المسؤولية عن الفعل الضار، لأن هذه الأخيرة تتطلب وقوع الفعل الضار و ليس احتمالية وقوعه، أما في دعوى المنافسة غير المشروعة تكفي احتمالية

---

(1) زين الدين، صلاح،مرجع سابق، ص247

(2) المقدادي، عادل علي،2001،الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الأردني، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي العالمي الأول حول الملكية الفكرية المنعقد في الفترة من 10-2000/7/11،جامعة اليرموك، إربد-الأردن،ص 117.

(3) زين الدين،صلاح، الحماية القانونية للعلامة التجارية في القانون الأردني، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي العالمي، المرجع نفسه،ص739

وقوع الضرر حتى تقام الدعوى، و هذا يعني أن المشرع الأردني يقصد هنا دعوى من نوع خاص و هي دعوى المنافسة غير المشروعة (1)، في حين يرى بعض الفقه أن المادة (33) من قانون العلامات التجارية ما هيَ إلاّ استثناء من القاعدة العامة للمسؤولية عن الفعل الضار و لا يجوز التوسع في شرحه أو التمثيل عليه (2). و أنا أوافق الرأي السابق الذي لا يسمح بالاستناد على دعوى المسؤولية عن الفعل الضار، لعدم توافر شروطها أصلاً.ومن الحقائق أيضاً، أن حماية العلامة التجارية ليست مهمة فقط بالنسبة لمالكها، بل تمتد أهمية هذه الحماية إلى المستهلك والمنافس أيضاً، لأن هذه العلامة هي الرمز الذي يبني عليه المستهلك والمنافس اختياره للمنتجات والسلع التي يريدها ويفضلها على غيرها من المنتجات والسلع المشابهة (3) .

و من الأمثلة الواقعية على مبدأ حماية العلامة التجارية قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 2003/381 (هيئة خماسية) تاريخ 2003/11/20 منشورات مركز عدالة: "إذا صدر القرار من مسجل العلامات التجارية بترقين العلامة التجارية (TAZO) ، وشطبها من سجل العلامات التجارية استناداً للمادة (25 /5) من قانون العلامات التجارية وذلك بناءً على طلب شركة (بيبسيكو إنك) لأن هذه العلامة تطابق العلامة التجاريـــة (TAZO) المسجله والمستعملة من قبل هذه الشركة قبل تسجيل العلامة المرقنة ، وما دام أن العلامة التجارية (TAZO) مع الرسم) المعترض على طلب تسجيلها، هي ذات العلامة المرقنة ، فيكون القرار القاضي بقبول الاعتراض المقدم من شركة (بيبسكو إنك) على طلب تسجيل هذه العلامة ، ووقف السير بإجراءات تسجيلها موافقاً للقانون ."

---

(1) حمدان، ماهر فوزي،1999، حماية العلامات التجارية، دراسة مقارنة ، منشورات الجامعة الأردنية، الأردن،ص 108.
(2) الناهي، صلاح الدين،1983، الوجيز في الملكية الصناعية و التجارية، دار الفرقان، عمان،ص 259.
(3) زين الدين، صلاح، مرجع سابق،ص197 .

الفصل الثالث

النزاعات التي تثور حول العلامة التجارية عند التسجيل

لقد رأينا في الفصل السابق إن من طرق كسب ملكية العلامة التجارية طريقة " التسجيل " فالتسجيل إجراء يقع على العلامة التجارية حتى يضمن المالك حقوقه عليها، وحتى يتمكن من الاحتجاج بها ضد الغير.

وحيث أن العلامة التجارية قد أصبحت العنصر الأكثر انتشاراً واتصالاً بعناصر التجارة سواء البضائع أو المحل التجاري أو التاجر نفسه أيضاً، وحيث أنها بمثابة وسيلة يستخدمها المستهلك للوصول إلى مراده، فهذا ما جعل النزاعات تزداد بشأنها الأمر الذي فرض على المشرع توفير الحماية اللازمة للعلامة التجارية من أي اعتداء أو منافسة غير مشروعة و التي من الممكن أن نعرفها على أنها استخدام أساليب منافية لحسن النية لتحويل زبائن الغير و مخالفة القوانين أو الأنظمة أو الأعراف التجارية (1)، وكما ذكرنا سابقاً فإن العلامة التجارية المسجلة تتمتع بحماية مزدوجة " مدنية وجزائية "، ولكن هل يوجد حماية للعلامة التجارية غير المسجلة ؟ وما هي النزاعات التي من الممكن أن تثور على العلامة التجارية قبل التسجيل ؟ ومن هم الأشخاص الذي من الممكن أن تثور بينهم تلك النزاعات على ملكية العلامة التجارية قبل التسجيل ؟

لقد أفردنا هذا الفصل للحدث عن النزاعات التي تثور على ملكية العلامة التجارية عند التسجيل أي في المرحلة التي يقرر فيها الشخص تسجيل علامته، وقسّمنا هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث نسبةً إلى إطراف النزاع، وذلك على الشكل التالي:

المبحث الأول : النزاعات التي تواجه طالب التسجيل في علاقته مع المسجل .

المبحث الثاني : النزاعات التي تواجه طالب التسجيل في علاقته مع الغير .

المبحث الثالث : النزاعات التي تواجه المسجل .

---

(1) حكيم، جاك،1987، كتاب الحقوق التجارية،ص 316.

المبحث الأول

النزاعات التي تواجه طالب التسجيل في علاقته مع المسجل

عندما يرغب شخص ما بامتلاك علامة تجارية سواء كان قد استعملها من قبل أم لم يستعملها بعد، ولكنه قد ابتكر علامة تجارية وأراد أن يمتلكها رسمياً ويمنع الغير من الاعتداء عليها، فهنا يتوجب عليه تسجيل تلك العلامة لدى مسجل العلامات التجارية في وزارة الصناعة و التجارة(1)، ويحق لأي شخص سواء كان شخصاً طبيعياً أو معنوياً، بالتقدم لطلب تسجيل علامة تجارية (2).

ولدى العودة لقانون العلامات التجارية الأردني نجد أنه يوجد شرح تفصيلي لكل ما يتعلق بتقديم طلب التسجيل وذلك في المواد (11-20)، ولكننا لن نتطرق لكيفية تقديم طلب التسجيل وإجراءاته، كون موضوع مبحثنا يتعلق بالنزاعات التي من الممكن أن تثور بين المسجل وطالب التسجيل والتي حاولنا حصرها في مطالب خمسة، في كل مطلب نزاع من النزاعات المحتملة وكيفية التعامل مع كل نزاع من هذه النزاعات.

(1) تنص المادة (6) من قانون العلامات التجارية الأردني على أن:" كل من يرغب في أن يستقل في استعمال علامة تجارية لتمييز البضائع التي هي من انتاجه أو صنعه أو انتخابه أو مما اصدر شهادة بها أو البضائع التي يتجر او التي ينوي الاتجار بها يمكنه أن يطلب تسجيل تلك العلامة وفاقاً لأحكام هذا القانون".

(2)قليوبي، ربا،1998،حقوق الملكية الفكرية، تشريعات ،أحكام قضائية ، اتفاقات دولية ومصطلحات قانونية ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان، ص188.

المطلب الأول

العلامة التجارية المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة

لقد نصت المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية الأردني على أنه:

" لا يجوز تسجيل ما يأتي ,.............6- العلامة المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة ....".

فلا يجوز تسجيل العلامة التجارية إذا كانت مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة، كأن يكون لفظها يتنافى مع الآداب العامة والأخلاق، أو إذا كانت العلامة عائدة لشركة مقاطعة في الأردن، أو أن تكون تابعة لشركة تنتمي إلى دولة في حالة حرب مع الأردن، فهنا تكون مخالفة للنظام العام، ففي هذه الحالة يحصل تنازع بين طالب التسجيل الذي يريد تسجيل علامته المخالفة وبين المسجل الذي لا يجوز له قبول تسجيل علامة مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة .

و قد جاء بنفس المعنى قرار لمحكمة العدل العليا الأردنية إذ جاء فيه:" لا يجوز تسجيل العلامة المخلة بالنظام والآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور عملا بالمادة 8/ 6 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952م.

وعليه وبما إن العلامة المطلوب تسجيلها هي علامة تعود لشركة بريطانية مقاطعة فيكون بالتالي تسجيلها بسجل العلامات التجارية لدى مسجل العلامات التجارية بوزارة الصناعة والتجارة بالمملكة مخالفا للقانون ويكون رفض المسجل للعلامة لهذا السبب متفقا وأحكام القانون"(1).

---

(1)قرار محمكة العدل العليا الأردنية، رقم 1995/93، مجلة نقابة المحامين،ص629،تاريخ النشر 1996/1/1.

فمسألة النظام العام والآداب العامة هي مسألة متباينة ومختلفة بحسب المكان و الزمان، فمن الممكن أن تكون التصرفات المخالفة للآداب والأخلاق في مجتمعنا و دولتنا تصرفات مشروعة في بلاد غيرنا، وما يُعتبَر في زمننا مخالفاً من الممكن أن يأتي زمنٌ لاحق يجعله مشروعاً غير مخالف. فالنظام العام لا يوجد له معايير محددة فهو يختلف باختلاف المكان والزمان. فاعتبار مسجل العلامات التجارية الأردني لعلامة ما مخالفة وغير مشروعة لا يعني بالضرورة أن تكون هذه العلامة غير مشروعة في بلد آخر فهذه مسألة نسبية(1) .

و لكن لدى العودة لقواعد اتفاقية تريبس نجد أنها ألزمت الدول الأعضاء بعدم رفض تسجيل علامة تجارية فيما بينهم بسبب طبيعة البضاعة أو الخدمة المنوي تسجيلها، أي لا تُعتبَر الخدمة أو البضاعة المخالفة للآداب العامة في البلد المطلوب التسجيل فيه مبرّر لرفض تسجيل العلامة التجارية التي تخص هذه الخدمة أو البضاعة و في هذا المعنى جاء قرار لمحكمة العدل العليا الأردنية(2)، و هنا نلاحظ أن اتفاقية تربس في المادة الخامسة عشرة منها في فقرتها الرابعة قد فصلت ما بين العلامة التجارية كعلامة و طبيعة البضاعة أو الخدمة المنوي تقديمها، فنصوص قانون العلامات التجارية الأردني قد أتت منسجمةً مع ما جاء في اتفاقية تربس لكن الاختلاف في ضرورة عدم النظر إلى طبيعة البضاعة أو الخدمة عند تسجيل العلامة، فلا تمتلك الدول الأعضاء في الاتفاقية الحرية في رفض التسجيل استناداً إلى طبيعة البضاعة، و إنما يكون الرفض استناداً إلى العلامة نفسها فيما إذا كانت مخالفة للنظام العام أو الآداب العامة أم لا.

---

(1) القليوبي،سميحة،مرجع سابق، ص496.

(2) قرار محكمة العدل عليا رقم 95/377 في الصفحة (605) من مجلة نقابة المحامين لسنة 1997:" أما الوضع في اتفاقية تربس فإن طبيعة البضاعة أو الخدمة المنوي تسجيلها يجب أن لا تحول دون تسجيل العلامة التجارية في الدولة العضو (م4/15) . وهذا يعني عدم قدرة الدولة العضو على رفض تسجيل علامة تجارية لبضائع أو خدمات مخالفة للنظام العام والآداب في الدولة العضو . كما أن مخالفة النظام العام أو الآداب قد تتأتى من خلال شكل العلامة التجارية مما قد ينتج عنه إشكالية في تسجيل مثل تلك العلامات التجارية وذلك على الرغم من أن اتفاقية (TRIPS) تسمح برفض تسجيل أي اختراع يخالف النظام العام أو الآداب، وهذا كله سوف يثير مشاكل عملية كثيرة بخصوص هذا الشأن" .

ومع أن المملكة الأردنية الهاشمية عضو في اتفاقية تريبس وملتزمة بقراراتها لكنها لا تسمح بتسجيل علامة تجارية مخالفة للنظام العام أو الآداب . ومما يؤكد ذلك قرار محكمة العدل العليا بـ:

"1- إن قبول مسجل العلامات التجارية للطلب مبدئياً وإعطاءه رقماً والطلب من الشركة المستدعية دفع رسم نشر الإعلان لا يعني قبول الطلب نهائياً، لأن قبول الطلب لا يعتبر نهائياً إلا بنشر الإعلان وانتهاء مدة الاعتراض أو البت في الاعتراضات فيما لو قدمت مثل هذه الاعتراضات .

2- لا يجوز تسجيل العلامة المخلة بالنظام والآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور عملاً بالمادة 8/6 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952م وعليه وبما أن العلامة المطلوب تسجيلها هي علامة تعود لشركة بريطانية مقاطعة فيكون بالتالي تسجيلها تسجيل العلامات التجارية لدى مسجل العلامات التجارية بوزارة الصناعة والتجارة بالمملكة مخالفاً للقانون ويكون رفض المسجل للعلامة لهذا السبب متفقاً وأحكام القانون" (1) .

وعليه حين حدوث مثل هذا النزاع بين المسجل وطالب التسجيل، فإنه لا يوجد أمام طالب التسجيل إلا أن يقوم بتعديل العلامة التجارية خاصته بشكل تصبح فيه غير مخالفة للنظام العام أو الآداب بحيث يستطيع تسجيلها لدى مسجل العلامات التجارية (2).

---

(1) قرار رقم 95/93، محكمة العدل عليا، مجلة نقابة المحامين، ص 629، سنة 1996

(2) قرار محكمة العدل العليا بهيئتها الخماسية رقم 1995/377 بتاريخ 96/4/12،منشورات مركز عدالة:"* لمسجل العلامات التجارية رفض تسجيل العلامة التجارية اذا كان لفظ العلامة يتنافى مع الأخلاق والآداب العامة عملا بالفقرة السادسة من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية".

المطلب الثاني

العلامة التجارية المطابقة لعلامة تجارية مسجلة

نصت المادة (10/8) من قانون العلامات التجارية على أنه:"لا يجوز تسجيل ما يأتي: 10. العلامة التي تطابق علامة تخص شخصا آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من اجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الغير".

فلو أراد شخص تسجيل علامة تجارية باعتقاده أنه هو الذي ابتكرها، و لكن بعد تقديم الطلب تبين أن هناك علامة تجارية مسجلة مطابقة للعلامة التي يريد تسجيلها ففي هذه الحالة يجب على المسجل أن يرفض تسجيل العلامة المطابقة، لأنها تمس بحقوق الغير.

و نحن في هذا الصدد نقصد وجود علامة أخرى مسجلة في نفس الدولة (الأردن) و لا زالت مسجلة حتى وقت تقديم طلب لتسجيل العلامة الثانية. و العلامة المطابقة هي العلامة المستنسخة (1). أي لا يوجد بينها و بين العلامة المسجلة أي عنصر اختلاف و هذا ما لا يصعب تحديده، فهي مسألة ظاهرة واضحة لا يُختَلَف عليها. و مما يؤيد ذلك قرار محكمة العدل العليا رقم 88/171 و الذي ينص على أنه:"إعمالاً للفقرة العاشرة من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية فإنه لا يجوز تسجيل العلامة التي تطابق علامة تخص شخصاً آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من أجلها أو لصنف منها أو العلامة المشابهة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الجمهور،أما إذا كانت العلامتان تختلفان لفظاً و شكلاً و لم يقدم المستأنف دليلاً على أن تسجيل العلامة قد يؤدي إلى غش الجمهور فيستحق استئنافه الرد"(2).

---

(1) خاطر، نوري، مرجع سابق،ص286.
(2) قرار رقم 88/171،محكمة العدل العليا،مجلة نقابة المحامين،ص933، 1989.

إذاً لا يجوز تسجيل علامة مطابقة لعلامة مسجلة تجنباً للمنافسة غير المشروعة، و إذا أراد طالب التسجيل تسجيل علامته ولم يجيزها المسجل كعلامة تجارية فعليه أن يغير منها لتصبح علامة تجارية مميزة حيث لا تؤدي إلى المساس بحقوق الغير (1). .

و نستنتج من القسم المتعلق بالعلامة المطابقة من نص المادة (10/8) السابقة و من قرارات محكمة العدل العليا أن إعمال قاعدة حظر تسجيل علامة مطابقة لعلامة مسجلة لها بعض الشروط التي يجب توافرها حتى تمنع المسجل تسجيلها، و هذه الشروط هي:

1. يجب أن تكون علامة المُعتَرِض و العلامة المطلوب تسجيلها متطابقتين تطابقاً تاماً.
2. يجب أن تكونا إما لنفس البضاعة أو لصنف منها.
3. يجب أن تكون علامة المُعتَرِض مسجلة قبل تقديم طلب التسجيل.
4. يجب أن تكون علامة المُعتَرِض مسجلة في المملكة.

---

(1)المادة (1/14) من قانون العلامات التجارية:"9. لدى النظر في الاستئناف المرفوع بمقتضى هذه المادة يجوز لمحكمة العدل العليا أن تسمح بعد سماع بيانات المسجل بتعديل العلامة التجارية المطلوب تسجيلها على وجه لا يؤثر في ذاتية تلك العلامة ، غير انه ينبغي في مثل هذه الحالة قبل تسجيل العلامة المعدلة أن يعلن شكلها المعدل وفاقاً للأصول المقررة".

المطلب الثالث

العلامة التجارية المشابهة لعلامة تجارية مسجلة عن طريق النظر أو السمع

عندما يرى الزبون علامة تجارية معينة تنطبع صورتها بشكل عام في ذهنه ، دون أن يسجل كل تفصيلاتها ، فحاسة البصر هي أسهل طريق للتعرف على العلامة، فمن الممكن أن يحفظ الزبون شكل العلامة مع لونها و مع طريقة كتابتها دون أن يحفظ عناصرها و ترتيبها، فقد أكّد اتجاه فقهي أنه عند وضع صورة معينة على المنتج فإن المستهلك يتصرف لا شعورياً عندما يشتري هذا المنتَج لأنه يكون تحت تأثير الصورة المرتبطة في ذهنه بهذا المنتَج (1)، فالمقصود بالعلامة التجارية المشابهة لعلامة مسجلة عن طريق النظر أي العلامة التي تظهر للجمهور بمظهر يشابه مظهر العلامة المسجلة (2)، من دون شرط احتوائها على جميع العناصر، فالمشرع الأردني وضّح في المادة (10/8) أنه لا يجوز تسجيل علامة تجارية تشابه علامة مسجلة لنفس البضاعة أو لصنف منها إلى درجة قد تؤدي إلى غش الغير، و في حين تشابه مظهر العلامتين عن طريق النظر إليهم فهذا يؤدي إلى غش الغير. و في هذا الموضوع جاء قرار محكمة العدل العليا رقم 2002/61 و الذي نص على أنه:" إذا كانت العلامة مسجلة باسم المستأنف عليها تحت اسم DELTA ، وهي اسبق بالاستعمال من المستأنفة ، وان علامة المستأنفة المعترضة عليها DELTA COAT تتشابه مع علامة المستأنف

(1) لطفي، فوزي،2002، شرح قانون الملكية الصناعية و التجارية، المطبعة الجديدة، دمشق،ص 63.
(2) خاطر،نوري،مرجع سابق،ص287.

عليها، وهما بذات الصنف وان الجزء الرئيسي من العلامة هو DELTA ، وهي علامة مسجلة نهائيا باسم المستأنف عليها منذ عام 1988 ، وتستعملها استعمالا مستمرا بحيث أصبحت مشهورة ، فإن هذا التشابه قد يؤدي إلى غش الجمهور"(1).

و نلاحظ هنا أن المعيار الواجب أخذه في تحديد مدى التشابه هو معيار المستهلك العادي وليس الخبير أو الحريص أو الرجل الذي غلبت عليه الغفلة ، وعند تقرير مدى التشابه لا يتم تفصيل عناصر العلامة الجزئية بل وجود التشابه الحاصل في مجموع العلامتين و مظهرهما العام (2).

وأحياناً قد يقترن مع حاسة النظر حاسة السمع، و المشرع الفرنسي اعترف بالصوت وحده كمظهر مميز للعلامة(3)، أما المشرع الأردني فلم يتحدث عن هذا الموضوع في القوانين، فلم يعترف بالصوت لوحده كمظهر مميز للعلامة التجارية . ومن وجهة نظرنا المتواضعة نجد أنه من الممكن أن تكون حاسة السمع هي الطريقة للتعرف على العلامة إذا كانت بالفعل مميزة للمنتج أو للخدمة، وأريد أن أعطي مثال بسيط وكلنا نعرفه وهو الموسيقى التي يضعها بائع الغاز المتجول، فقد أصبحت هذه الموسيقى كعلامة لنا حتى نعلم أن بائع الغاز في شارعنا، وهي طبعاً ليست علامة مميزة لنوع غاز معين، لكنها مميزة للغاز بشكل عام، فمثلما أصبح صوت الموسيقى علامة للغاز، فمن الممكن أن يقترن صوت الموسيقى بأي منتج آخر كعلامة مميزة له ، أو بأي خدمة أخرى .

---

(1) قرار رقم 2002/61،محكمة العدل العليا بهيئتها الخماسية،تاريخ 2002/6/18،منشورات مركز عدالة. و قرارها رقم 2008/78 بتاريخ 2008/5/8،منشورات مركز عدالة،:" إذا كانت العلامات التجارية (Charm) المسجلة باسم مؤسسة شعيب عبد الله إبراهيم العطاري تحت الرقم (62896) في الصنف (25) من أجل الملابس الجاهرة وهي أقدم في تسجيلها حيث أنها تقدمت بطلب التسجيل بتاريخ 2001/6/17 وتم نشرها في عدد الجريدة الرسمية رقم (245) تاريخ 2002/8/22 أي قبل تاريخ تقديم المستأنفة بطلبها لتسجيل العلامة التجارية (Charmings)). وكانت العلامتان تحملان نفس الاسم والمعنى وهما من ذات الصنف ولا توجد أية علامة فارقة تميزهما عن بعضها البعض فإن قرار مسجل العلامات التجارية باعتبار المستأنفة مستردة لطلبها ما دام أنها لم تستجب لطلبه بالتغيير والتحوير في العلامة ليس فيه مخالفة للقانون".

(2) استقر اجتهاد محكمة العدل العليا في قضائها على إن مجرد وجود تشابه جزئي بين علامة الشركة المستأنفة وعلامة الشركة المستأنف عليها لا يكفي للقول بوجود تشابه بين العلامتين يمكن أن يؤدي إلى غش الجمهور إذ أن التشابه الذي من شأنه ذلك هو التشابه الحاصل في مجموع العلامتين بشكل عام ، لا في تفاصيلها الجزئية وعليه فإن التباين الواضح بين علامة المستأنفة و المستأنف عليها سواء من حيث اللفظ والكلمات أو الرسم والشكل والمظهر العام بحيث يمكن للمستهلك العادي التمييز بينهما بيسر وسهولة ينفي احتمال وقوع الشك في مصدر البضاعة .قرار صادر عن الهيئة العامة لمحكمة العدل العليا رقم 1993/138 ، مجلة نقلبة المحامين ، ص186 ، 1993.

(3) خاطر،نوري،مرجع سابق،ص273.

ولكن المشرع الأردني أخذ بحاسة السمع لكن فيما يفيد بطريقة النطق بالعلامة، أي من الممكن أن يحفظ الزبون العلامة التجارية ككلمة وليس كشكل فقط . فمن الممكن أن يُنطق بالعلامة التجارية بطريقة مطابقة لطريقة النطق بعلامة أخرى مع اختلاف طريقة الكتابة، و مثال على ذلك ما جاء في قرار محكمة العدل العليا رقم 2007/42 المنشور في منشورات مركز عدالة بتاريخ2007/12/11 على أن:" * ولما كانت هذه العلامة المراد تسجيلها (Q711711) هي ذات العلامة المملوكة للشركة المعترضة (المستأنف عليها) ELEVEN-7 بغض النظر عن طريقة الكتابة بالأحرف أو الأعداد لأن اللفظ باللغة الإنكليزية واحد واللفظ والكتابة بالعربية تشكل ترجمة . ولما كان من شأن هذا التطابق أن يؤدي إلى غش الجمهور وتلحق الضرر بمالكة العلامة التجارية المشهورة وتؤدي إلى تشجيع المنافسة التجارية غير المشروعة . هذا ولا يشفع للمستأنف التمسك باختلاف صنف البضاعة وما ورد في نص المادة (12/8) من قانون العلامات التجارية " ..... أو لاستعمالها لغير هذه البضائع ...." وبذلك يكون ما توصل إليه مسجل العلامات التجارية ليس فيه مخالفة للقانون الأمر الذي يتعين معه رد الاستئناف" .

فعلى الرغم من اختلاف الكتابة و اختلاف شكل العلامة فلا يجوز تسجيلها لأنها تُنطق بنفس الطريقة التي تُنطق بها العلامة الأخرى.

فالتشابه حاصل في مجموعة عناصر متعددة ومختلفة ومن هذه العناصر النطق بالعلامة وهو ما يعني تخزين العلامة عند المستهلك عن طريق السمع ، وكتابة العلامة أي طريقة كتابتها وشكلها .

لدى العودة لقانون العلامات التجارية الأردني نرى أنه لا يسمح بتسجيل أي علامة تشابه علامة تجارية مسجلة ، بشرط أن يكون هذا التشابه لدرجة قد يؤدي إلى غش الغير أو إيجاد لبس مع العلامة التجارية المسجلة(1). و المبرر الذي يعتمد عليه مسجل العلامات التجارية في رفض التسجيل هو احتمال وقوع الالتباس بين العلامتين بأي طريقة من الطرق ،سواء كان شكلهما متشابه جدا أو كان النطق بهما متشابه جدا لدرجة حدوث تضليل المستهلك، وليس وقوع الالتباس فعلاً وفي ذلك ذهبت محكمة العدل العليا في قرارها رقم 95/9 على: " 1. أن مجرد احتمال وقوع الالتباس بين علامتين تجاريتين عن طريق النظر إليهما أو عن طريق سماع اسميهما يكفي لتقدير وجود التشابه بينهما الأمر الذي لا يجوز معه تسجيل العلامة التجارية اللاحقة إذ ان قانون العلامات التجارية إنما شرع لمن لا يدقق في العلامة التجارية وليس لمن يدقق "(2).

---

(1)راجع الفقرة 10 و 12 من المادة 8 من قانون العلامات التجارية الأردني.
(2)القرار رقم 95/9 ،محكمة العدل العليا ، مجلة نقابة المحامين ،ص 617 ، سنة1996

إذاً المعايير التي يجب أن نأخذ فيها عند تحديد التشابه في العلامات التجارية تعود إلى أسئلة عدة أهمها:

1) هل الفكرة الرئيسية للعلامتين واحدة ؟

2)هل هناك تشابه في الشكل الظاهر للعلامتين من دون تفصيل جزئي ؟

3)هل العلامتين لتمييز نفس النوع من البضاعة أو الصنف ؟

4)هل التشابه بين العلامتين يؤدي لحدوث تضليل بين الأشخاص المحتمل أن يكونوا محل اعتبار لدى شراء البضاعة أم لا؟ (1)

---

(1) قلبوبي ،ربا، مرجع سابق، ص141 .

المطلب الرابع

العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة

تعرّف العلامة على أنها تلك العلامة التجارية المشهورة و هي العلامة التجارية التي لم تقتصر معرفتها في بلدها الأصلي المسجلة فيه بل أصبحت معروفة في الدول الأخرى، و اشتَهرت عند الجمهور الأردني المعني و أصبحت علامة متداولة بينهم (1). فهناك معياران لتحديد ما إذا كانت العلامة التجارية مشهورة أم لا أولهما تجاوز شهرة العلامة حدود البلد الأصلي المسجلة فيه، واكتسابها شهرة عالمية.وثانيهما أن تكون هذه الشهرة مُكتسبة لدى القطاع المعني من الجمهور الأردني (2). فإذا تحققت هذه المعايير اكتسبت هذه العلامة الحماية القانونية المقررة لها. و تعد العلامة التجارية من العلامات التي منع المشرع الأردني تسجيلها في قانون العلامات التجارية إذ نصت الفقرة الثانية عشرة من المادة (8) من قانون العلامات التجارية على أنه : " لا يجوز تسجيل ما يأتي...: 12. العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة وذلك لاستعمالها لتمييز بضائع مشابهة أو مماثلة للبضائع التي اشتهرت بها و يكون من شأنها إيجاد لبس مع العلامة المشهورة أو لاستعمالها لغير هذه البضائع بشكل يحتمل أن يلحق ضرر بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة و يوحي بصلة بينه و بين هذه البضائع ..." .فلا يجوز تسجيل أي علامة تجارية من شأنها أن تلحق ضرراً بمصلحة مالك علامة تجارية مشهورة سواء كانت مطابقة أم مشابهة أم مترجمة للعلامة المشهورة ، و سواء استُعملت لنفس صنف البضائع أم لصنف مختلف، فالمغزى من منع تسجيلها هو أنها ستلحق ضرراً بمالك العلامة التجارية المشهورة.

---

(1)نصت المادة (2/16) من اتفاقية تربس:"تطبق أحكام المادة (6) من معاهدة باريس (1967)، مع ما يلزم من تبديل،على الخدمات و عند تقرير ما إذا كانت العلامة التجارية معروفة جيداً تراعي البلدان الأعضاء مدى معرفة العلامة التجارية في قطاع الجمهور المعني بما في ذلك معرفتها في البلد العضو المعني نتيجة ترويج العلامة التجارية".نصت المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الأردني على:" العلامة التجارية المشهورة العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسب شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية".

(2)الغويري،عبد الله،2008،العلامة التجارية و حمايتها(العلامة المشهورة و حمايتها)، عمان، دار الفلاح للنشر و التوزيع،ص142.

و هذا ما يجعل للعلامة التجارية المشهورة خصوصية عن باقي العلامات التجارية فهي محمية قانوناً بغض النظر عن تسجيلها أو عدمه (1)، فلا يجوز لأي شخص الاعتداء عليها بحجة عدم تسجيلها فيكفي أنها معروفة و مكتسبة للشهرة حتى تمنع الغير من منافستها. و هذا ما قررته محكمة العدل العليا في قرارها رقم 2007/436 و الذي جاء فيه: "1. يمكن التثبت من وجود التشابه من عدمه بين العلامتين التجاريتين في توافر عناصر متعددة ومختلفة منها طريقة النطق بالعلامة وكتابتها ووجود الصفة الفارقة .وعند تقرير التشابه يراعى الحظر الذي تفرضه المادة (8) بفقرتيها (6 و 10) من قانون العلامات التجارية وهو التشابه إلى درجة تؤدي إلى غش الجمهور المؤدي إلى تشجيع المنافسة التجارية غير المحقة . وحيث أن الصفة الفارقة للعلامة المراد تسجيلها منعدمة وان هناك تطابقاً بين العلامتين الأمر الذي يؤدي تسجيلها إلى غش الجمهور ويشجع المنافسة غير المحقة الأمر الذي يتعين معه رفض تسجيلها .

---

(1) الغويري،عبد الله، المرجع نفسه، ص238.

2. من الرجوع إلى المادة الثانية من قانون العلامات التجارية الباحثة في تعريف العلامة التجارية المشهورة فقد عرّفتها: ((العلامة التجارية ذات الشهرة العالمية التي تجاوزت شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه واكتسبت شهرة في القطاع المعني من الجمهور في المملكة الأردنية الهاشمية)). فهل حققت علامة المستأنف عليها الثانية شركة جميرا بيتش (برج العرب) شهرتها وفقاً لهذا التعريف فبالنسبة إلى الشرط الأول الذي تتطلبه هذه المادة وهو تجاوز شهرتها البلد الأصلي الذي سجلت فيه فان العلامة التجارية (فندق برج العرب) قد سجلت في البلد الأصلي (دبي) بتاريخ 2000/4/30 تحت الرقم (45069) وهو تاريخ سابق لتاريخ طلب التسجيل المستأنف لعلامته التجارية في الأردن وهو تاريخ 2001/9/25 وبعد ذلك سجلت في العديد من الدول منها على سبيل المثال ألمانيا بتاريخ 2001/4/11 تحت الرقم (30123782) واستراليا بتاريخ 2001/5/11 تحت الرقم (875400) سويسرا بتاريخ 2001/7/10 تحت الرقم (502529) وبريطانيا بتاريخ 2001/5/11 تحت الرقم (2348951) الولايات المتحدة بتاريخ 2001/5/11 تحت الرقم (875399) وسلطنة عُمان بتاريخ 2002/4/1 تحت الرقم (27649) وقطر بتاريخ 2002/2/19 تحت الرقم (27021) والكويت بتاريخ 2002/2/16 تحت الرقم (42908) والسعودية بتاريخ 2002/2/9 تحت الرقم (58/651) والإمارات العربية بتاريخ 2003/3/9 تحت الرقم (36358) ، وبذلك تكون المستأنف عليها الثانية قد أثبتت تحقق الشرط الأول . أما فيما يتعلق بالشرط الثاني فإننا نجد أن هذه العلامة التجارية (فندق برج العرب) وعلى ضوء ما جاء بالتصريح المقدم من جيرالد فرانسيس لويس المفوض قانونياً بتمثيل المستأنف عليها الثانية وكافة البيانات المقدمة من المستأنف عليها الثانية وهي وسائل الدعاية والإعلانات والدخول المتحصلة من الأردنيين الذين نزلوا بفندق برج العرب في دبي ما يفيد بتحقق الشرط الثاني وهو الشهرة التي اكتسبتها هذه العلامة لدى الجمهور المعني في المملكة.

3. يستفاد من المادة (12/8) من قانون العلامات التجارية تنص على انه لا يجوز تسجيل العلامة التجارية التي تطابق أو تشابه أو تشكل ترجمة لعلامة تجارية مشهورة ..... ويكون من شأنها إيجاد لبس مع العلامة المشهورة ..... بشكل يحتمل أن يلحق ضرراً بمصلحة مالك العلامة التجارية المشهورة . ولما كان تسجيل العلامة التجارية المعترض عليها من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور لوجود التطابق بين العلامتين وتشجع المنافسة التجارية غير المحقة وكونها علامة تجارية مشهورة تستحق الحماية بموجب أحكام القانون وما ورد باتفاقية (تربيس) المادة (2/16 و3) منها فيكون ما توصل إليه مسجل العلامات التجارية بقراره المطعون فيه متفقاً وأحكام القانون (1) .

فلا يجوز تسجيل أي علامة تجارية من الممكن أن تُحدِث لبساً مع علامة مشهورة الأمر الذي من شأنه أن يؤدي إلى تضليل الجمهور، فيلحق ضرراً بمالك العلامة، و في هذا المعنى جاء قرار محكمة العدل العليا في قرارها رقم 2007/50 (2). و هذا التضليل يحدث عن طريق النطق بالعلامة أيضاً كما درسنا في المطلب السابق، فإن تطابق اللفظ مع اختلاف لغة الكتابة يعني غش الجمهور، لأن هناك الكثير من المستهلكين عندما يريدون شراء المنتج يتلفظوا باسم علامته من دون النظر إلى نوع اللغة المكتوب فيها، و من دون التفكير بأن اختلاف لغة الكتابة يعني اختلاف العلامة.

وهذا ما حدث بمنتجات شركة (adidas) العالمية و التي تسبقها سمعتها في السوق التجاري العالمي ، صاحبة المنتجات الرياضية الفاخرة من ملابس و أحذية و كل ما يلزم الرياضة من أدوات و ألعاب . فكان تسجيل علامة (أديداس) باللغة العربية أو استعمالها يعتبر من أعمال الغش التي تؤدي إلى تضليل الجمهور. و عليه لا يجوز تسجيلها أو استعمالها و يُعاقب كل من يأتي بفعل من هذا القبيل وفقاً لقانون العلامات التجارية الأردني (3).

---

(1) قرار رقم 2007/426،محكمة العدل العليا الأردنية،بتاريخ 2007/11/28،منشورات مركز عدالة

(2)جاء في قرار محكمة العدل العليا رقم 2007/50 ،بتاريخ 2007/4/25،منشورات مركز عدالة:". يستفاد من المادة الثانية من قانون العلامات التجارية وتعديلاته رقم (33) لسنة 1952 الباحثة في تعريف العلامة التجارية المشهورة ، وكذلك ما ورد في المادة (1/4/أ) من اتفاقية تأسيس منطقة تجارة حرة بين الأردن والولايات المتحدة الأميركية لسنة 2001 والتي تلزم الطرفين بالأخذ بالمواد (1-6) من التوصية المشتركة بشأن أحكام حماية العلامات المشهورة التي تبنتها الجمعية العامة لاتحاد باريس بشأن حماية الملكية الصناعية والجمعية العامة للمنظمة العالمية للملكية الفكرية (وايبو) . وفي ضوء ما تقدم فإن العلامة التجارية GULF المملوكة للمستأنف عليها شركة جلف انترناشيونال لوبربكانتس لميتد والتي جاوزت شهرتها الولايات المتحدة الأمريكية (بلد المنشأ) إلى معظم دول العالم تسجيلاً واستعمالاً ومن بينها الأردن فإنها تعتبر علامة تجارية مشهورة . ولذلك فإن هذه العلامة هي من العلامات التجارية التي لا يجوز تسجيلها استناداً لأحكام المادة (6/8 و 10 و 12) من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته ، ولما كان تسجيل العلامة التجارية المعترض عليها من شأنه أن يؤدي إلى غش الجمهور لوجود التطابق بين العلامتين وتشجع المنافسة التجارية غير المحقة وكونها علامة تجارية مشهورة فإن ما توصل إليه مسجل العلامات التجارية بقراره المستأنف ليس فيه مخالفة للقانون . هذا ولا يشفع للمستأنفة أنها إضافت كلمة FILTER ورسمة فلتر إلى العلامة التجارية GULF حيث أن جوهر العلامة التجارية كلمة GULF وأن ما أضافته المستأنفة على هذه العلامة لا يعطيها صفة فارقة ولا يسبغ عليها عنصر التمييز وأن اختلاف نوع البضاعة لا ينفي احتمالية وقوع الغش والمنافسة غير المحقة طالما أن البضاعتين موضوع العلامة التجارية تستعمل لصيانة السيارات والآليات و تباع في مكان واحد و لغايات متصلة ببعضها البعض".

(3) انظر قرار محكمة العدل العليا رقم 53/31 ، مجلة نقابة المحامين، ص 3، ع 2، سنة 1953.

المطلب الخامس

العلامة التجارية المخالفة لأحكام المادة 8 من قانون العلامات التجارية الأردني

لقد بينت المادة (8) من قانون العلامات التجارية الأردني العلامات التي لا يجوز تسجيلها في السجل التجاري، و التي تثير نزاع بين طالب التسجيل الذي يريد تسجيل علامته و المسجل الذي يمنعه من تسجيل هذه العلامة. و هذه العلامات المخالفة هي :

1. العلامات التي تشابه شعار جلالة الملك أو الشارات الملكية أو لفظة ملوكي أو أية ألفاظ أو حروف أو رسوم أخرى قد تؤدي إلى الاعتقاد أن الطالب يتمتع برعاية ملكية.
2. شعار أو أوسمة حكومة المملكة الأردنية الهاشمية أو الدول أو البلاد الأجنبية إلا بتفويض من المراجع الإيجابية.
3. العلامات التي تدل على صفة رسمية إلا إذا فرضت وضعها المراجع الإيجابية التي تخصها تلك العلامة أو التي هي تحت مراقبتها.
4. العلامات التي تشابه الراية الوطنية أو أعلام المملكة الأردنية الهاشمية العسكرية أو البحرية أو الأوسمة الفخرية أو شاراتها أو الأعلام الوطنية العسكرية أو البحرية.
5. العلامات التي تشمل الألفاظ أو العبارات التالية: (امتياز) (ذو امتياز) (ذو امتياز ملكي) (رسم مسجل) (حقوق الطبع) (التقليد يعتبر تزوير) أو ما شابه ذلك من الألفاظ و العبارات.

و كما يبدو فإن الغاية من هذه القيود الواردة في الفقرات السابقة، هي عدم التعدي على حقوق الدولة أو الحكومة، لأن هذه الرموز أو الشعارات أو الألفاظ حكر على أصحابها كما يرى جانب من الفقه (1)، و استعمالها كعلامة تجارية يؤدي إلى ربط المنتج بهذا الرمز وهذا ما يحمل على الاعتقاد بأن صاحب هذه العلامة يتمتع بامتياز معين أو برعاية ملكية أو بصفة رسمية (2). و عدا عن ذلك أنها خاصة بالمملكة الأردنية الهاشمية أو بالدول الأخرى أو بمنظمات دولية أو إقليمية ، أو خاصة بوزارات أو جمعيات معينة ، فلا يجوز بأي شكل من الأشكال استخدامها لتمييز أي نوع من المنتجات (3).

---

(1) القليوبي، سميحة، مرجع سابق، ص 496.
(2) راجع المادة (1/8) من قانون العلامات التجارية الأردني: (...قد تؤدي إلى الاعتقاد أن الطالب يتمتع برعاية ملكية).
(3) القليوبي، سميحة، مرجع سابق، ص 496.

و تكمن غاية المشرع الأردني عند وضع هذه المادة في حماية جمهور المستهلكين من الغش و التضليل، لأن مثل هذه العلامات سوف تؤدي إلى إيهامهم بما يغاير الحقيقة (1) ؛ أي بحصول صاحب العلامة على امتياز أو وسام أو على أي شيء مميز يرفع من درجة منتجه.و في هذا المجال؛ أشارت الدكتورة سميحة القليوبي إلى قضية حكمت بها محكمة التمييز العراقية في علامة تجارية تخص منتج من صنف الشاي كانت قد قُدمت للتسجيل تحت اسم (أبو السباع) متضمنة ثلاث سباع متحدة ، ووافق المسجل على تسجيلها و نشر الإعلان بالجريدة الرسمية و مضت الثلاثة أشهر من دون أي اعتراض فصدرت شهادة التسجيل الخاصة بالعلامة، و بعد ذلك بان لهم أن هذه العلامة شبيهة بشعار الدولة الهندية، فتم إبطالها بناءً على طلب من وزير الاقتصاد على أساس عدم صحة تسجيل هذه الشهادة لأنها مخالفة لقواعد العلامات التجارية. و قضي في 1954/11/23 بإلغاء العلامة، و أيدته محكمة التمييز بحكمها الصادر في 1955/2/19 (2).

6. العلامات المخلة بالنظام العام ...

لقد سبق و أفردنا مطلب سابق لهذه الفقرة.

7. العلامات المؤلفة من أرقام أو حروف أو ألفاظ تستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع و أصنافها أو العلامات التي تصف نوع البضائع أو جنسها أو الكلمات التي تدل عادة على معنى جغرافي أو ألقاب إلا إذا أبرزت في شكل خاص و يشترط في ذلك أن لا يعتبر ما ورد في هذه الفقرة أنه يمنع تسجيل العلامات التي تكون من النوع الموصوف فيها إذا كانت له صفة فارقة بحسب المعنى المحدد لها في الفقرتين (2 و 3) من المادة (7).

---

(1) القليوبي، سميحة، المرجع نفسه، ص 497.
(2) مجلة القضاء العراقية لعام 1955، ع 3، ص 101.مشار إليه بمؤلف سميحة القليوبي،ص496.

و ما نفهمه من هذه الفقرة أنه لا يجوز تسجيل علامة تجارية تتألف من أرقام أو حروف أو ألفاظ مستعملة بين التجار لأنها لا تعتبر مميزة ، و التميز في العلامة من شروط قبولها. فعندما تتألف العلامة من أرقام فلا تقوم هذه الأرقام بمهمتها ألا و هي تمييز المنتج، مثل تسجيل (1010) كعلامة مميزة، و لكننا لا نستطيع إطلاق هذا القيد كقاعدة عامة، لأنه على الرغم مما ورد في هذه المادة فهناك منتجات عدة تميزها علامة تجارية مؤلفة من أرقام، مثل العطر المعروف باسم (881)، فعلى الرغم من أنه مؤلف من أرقام إلا أنه اكتسب شهرة عالمية جعلت له مكاناً مميزاً في صنف العطور.

وفي هذا الصدد قضت محكمة العدل الأردنية في القرار رقم 53/4 :" لا يجوز تسجيل الرقم كعلامة تجارية إذا كان هذا الرقم يؤلف بمفرده العلامة التجارية . أما إذا كان هذا الرقم هو جزء من العلامة التجارية أو انه ابرز في شكل خاص فلا يوجد في القانون ما يمنع تسجيله " (1).

فإذا كان الرقم جزء من العلامة التجارية فيجوز تسجيله كعلامة مميزة، مثل العلامة التجارية (G2000) المسجلة تحت صنف الملابس و المعروفة عالمياً بهذه العلامة.

---

(1)قرار رقم 53/4،محكمة عدل عليا،مجلة نقابة المحامين،تاريخ 53/1/1،ص 151.

أما الألفاظ المستعملة بين التجار لا تعد مُمَيزة، لاستعمالها الدائم من قبلهم . و قد قضت محكمة العدل العليا في هذا الخصوص في القرار رقم 60/14 : " إن كلمة (ستاندرد) كلمة انجليزية تُستعمل عادة في التجارة لتمييز أنواع البضائع و أصنافها و لذلك لا يجوز تسجيلها كعلامة تجارية عملاً بالمادة 7/8 من قانون العلامات التجارية رقم(52/33)" (1).

و كذا الأمر أيضاً بالعلامات التي تصف نوع البضائع أو جنسها، فلا يعتبرها المشرع مميزة لأنها مجرد وصف للمنتج لا يميزه، فلا يجوز أن يسجل التاجر كلمة (أرز) لتمييز صنف الأرز لأنها كلمة لبيان نوع البضاعة . و لكن من الممكن أن تولد العلامة غير مميزة و مع مرور الزمن تصبح مميزة لدرجة تصبح فيها هذه الكلمة الوصفية مرتبطة بهذا المنتج فقط (2)، و أفضل مثال على ذلك، علامة (soft) و التي تُستعمل على المناديل الورقية (المحارم)، هذه الكلمة لا يجوز تسجيلها كعلامة تجارية كونها كلمة وصفية للمنديل تدل على نعومته و ملمسه، لكن استعمالها لفترة زمنية جعل هذه العلامة مميزة بين علامات المناديل الورقية ، فأصبحت كلمة (سوفت) مرتبطة بالمنديل الورقي.

أما العلامات التي تدل على موقع جغرافي معين فلا يجوز تسجيلها، لأنها تفقد صفة العلامة الفارقة، فتصبح كأنها سبيل لمعرفة مصدر المنتج و ليس سبيل لتمييز المنتج عن غيره من منتجات نفس الصنف، و لكننا نشهد بوجود علامات تجارية مميزة مكونة من اسم منطقة ما أو مدينة أو دولة، و المثال المناسب في هذا الموضوع هو علامة (بقين) وهي علامة مسجلة في سوريا تحت صنف المياه المعدنية، و (بقين) هو اسم منطقة موجودة في دمشق معروفة بنبعها المتدفق بالماء الصحي، و بعد استعماله كعلامة تجارية أصبح من أشهر علامات المياه المعدنية.

---

(1) قرار رقم 59/73 ، محكمة العدل العليا،مجلة نقابة المحامين، ص 139،سنة 1959.
(2) زين الدين، صلاح ، مرجع سابق، ص93.

8. العلامات التي تطابق أي شعار ذي صفة دينية بحته أو تشابهه.

و المقصود هنا هو أي علامة مؤلفة من شعار ديني أو مشابهة لأي شعار ديني أو لها أثر ديني، و الغاية من هذا الحظر هي المحافظة على مشاعر المواطنين تجاه أديانهم و معتقداتهم أياً كانت (1).

أما الفقرات التاسعة و العاشرة فسوف نفرد لها مطلب خاص في ص79.

11. العلامات التي تطابق أو تشابه الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر على أرض بيضاء أو شارات الصليب الأحمر أو صليب جنيف.

هذا القيد بمثابة وسيلة لاحترام و تمييز هذه الخدمات و فصلها عن أي منتج أو خدمة أخرى، و عدم الخلط بين هذه الشارات ذات القيمة المعنوية الثمينة المشهورة عالمياً و بين أي علامة أخرى (2).

و يجدر أن يلحظ هنا أنه يجب على طالب التسجيل أن يُعدّل من علامته من خلال شطب أو حذف أو تعديل أي رمز أو كلمة أو صورة أو حتى لون من شأنه أن يجعل من علامته مخالفة لهذه القيود.

---

(1)القليوبي، سميحة، مرجع سابق،ص497.
(2)القليوبي، سميحة، المرجع نفسه،ص497.

المبحث الثاني

النزاعات التي تواجه طالب التسجيل في علاقته مع الغير

مثلما يواجه طالب التسجيل بعض الصعوبات مع المسجل عند تسجيله لعلامته التجارية، فمن الممكن أيضاً أن يواجه صعوبات أخرى في نفس الوقت مع الغير أي غير المسجل الذين لديهم اعتراض على العلامة المطلوب تسجيلها أياً كان هذا الاعتراض، فمن الممكن أن تكون العلامة التجارية التي ينوي الطالب تسجيلها تشكل اعتداء على حقوق علامة تجارية أخرى مسجلة في الخارج، أو إذا كانت العلامة المطلوب تسجيلها محتوية على اسم شخص معنوي دون علمه، و من الممكن أيضاً أن يعترض شخص ما على تسجيل العلامة التجارية من دون أن يكون له أي مصلحة مباشرة، فيعترض صاحب العلامة المعتدى عليها على العلامة المطلوب تسجيلها، و يعود هنا القرار لقاضي الموضوع فإذا توافرت الشروط المطلوبة في المنازعة حتى تشكل منافسة غير مشروعة أو اعتداء فلا يستطيع الطالب أن يسجل العلامة إلا بعد إجراء تعديلات عليها، بحيث تصبح علامة مشروعة. و هذا ما سيتم شرحه من خلال مطالب ثلاث على الشكل التالي:

- المطلب الأول: اعتراض الغير على طلب تسجيل العلامة التجارية دون أن يكون له أي مصلحة مباشرة.
- المطلب الثاني : اعتراض مالك العلامة التجارية المسجلة في الخارج على طلب تسجيلها في الأردن.
- المطلب الثالث : اعتراض الشركة على طلب تسجيل العلامة التجارية التي تحتوي على اسمها.

المطلب الأول

اعتراض الغير على طلب تسجيل العلامة التجارية دون أن يكون له أي مصلحة مباشرة

لقد أعطى المشرع الأردني الحق لأي شخص أن يعترض على طلب تسجيل أية علامة تجارية و من دون اشتراط وجود أية مصلحة شخصية لهذا المعترض، لأن الغاية من الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية هي منع حصول أي تضليل للجمهور أو غش (1)، و هذا ما أوضحته المادة (1/14) من قانون العلامات التجارية الأردني بنصها: " 1. يجوز لأي شخص أن يعترض لدى المسجل على تسجيل أية علامة تجارية خلال ثلاثة أشهر من تاريخ نشر إعلان تقديم الطلب لتسجيلها أو خلال أية مدة أخرى تعين لهذا الغرض...". و مما يؤكد معنى هذه المادة قرار رقم 96/84 لمحكمة العدل العليا الأردنية الذي جاء فيه:" *لا يشترط في الاعتراض المقدم ضد تسجيل علامة تجارية بمقتضى المادة (14) من قانون العلامات التجارية أن يكون للمعترض مصلحة شخصية مباشرة في طلب رفض تسجيل العلامة وإنما يجوز لأي شخص من الجمهور أن يعترض على طلب التسجيل وذلك حتى لا يؤدي تسجيلها إلى غش الجمهور، لان الغاية من الاعتراض بمقتضى المادة المذكورة هو حماية مصلحة الجمهور من الغش وليس لتحقيق مصلحة ذاتية مباشرة للمعترض ولا يرد الدفع بعدم صحة الخصومة بين المعترض وطالب تسجيل العلامة التجارية، كما لا يرد القول أن المعترض قد اتخذ من مسالة تقديم الاعتراضات على طلبات تسجيل العلامات التجارية مهنة له دون أن يكون هدفه من ذلك حماية مصلحة شخصية له إذ ليس في القانون ما يمنع من تقديم هذه الاعتراضات مهما تعددت ما دام أن الغرض من ذلك هو حماية مصلحة الجمهور وليس لتحقيق مصلحة ذاتية" (2) .

---

(1) زين الدين،صلاح، شرح التشريعات الصناعية و التجارية،مرجع سابق،ص150.

(2)قرار محكمة العدل العليا 96/84 ،بتاريخ 96/7/17،تاريخ النشر 97/1/1، مجلة نقابة المحامين، ص656.

و بما أن الغاية من تسجيل العلامة التجارية هي حمايتها و منع الاعتداء عليها حتى لا يؤدي هذا الاعتداء إلى غش الجمهور، لذا أجاز القانون لأي شخص الاعتراض على طلب تسجيل العلامة لغاية منع الغش، لكن المشرع حين أجاز لأي شخص الاعتراض لم يقصد بكلامه الشخص الفضولي الذي يعترض لمجرد الاعتراض من دون التفكير في أنه يريد أن يحمي المجتمع من الخداع و الغش، فمعنى كلمة أي شخص لا يبتغي مصلحة مباشرة بل مصلحته تكمن بحماية من حوله، فالمصلحة تتحقق للتاجر الذي يشتري و يبيع من منتجات هذه العلامات، و تتحقق للصانع الذي يصنع المنتجات التي تحمل هذه العلامات، و تتحقق أيضاً للمستهلك الذي يتعامل بهذه البضاعة (1).

ومن البديهي أن يُشترط بالمعترض أن يكون ذو أهلية(2) ، فلا يحق للصغير أو للمجنون أو للمعتوه أو لأي ناقص أهلية الاعتراض على تسجيل علامة تجارية، لأنهم بالأصل لا يستطيعون ممارسة حقوقهم بأنفسهم في المجتمع كالانتخاب أو أي عملية تجارية كالبيع، و لا يستطيعون تسجيل علامة تجارية باسمهم، فمن باب أولى أن لا يجاز لهم الاعتراض على تسجيل علامة تجارية، و في هذا الموضوع قررت محكمة العدل العليا في قرارها رقم 65/138 :"بأن الشخص الذي يجوز له الاعتراض لدى مسجل العلامات التجارية على تسجيل علامة تجارية هو الشخص ذو الأهلية"(3).

---

(1) قليوبي،ربا،مرجع سابق،ص217.
(2) زين الدين،صلاح، شرح التشريعات الصناعية و التجارية،مرجع سابق،ص151.
(3)قرار 65/138 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 66،ص 530 ،أشار الى ذلك زين الدين،صلاح، شرح التشريعات الصناعي و التجارية،مرجع سابق،ص151.

المطلب الثاني

اعتراض مالك العلامة التجارية المسجلة في الخارج على طلب تسجيلها في الأردن

جاء في قانون العلامات التجارية الأردني أن العلامة التي تؤدي إلى غش الجمهور أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي أو التي تشجع المنافسة غير المحقة هي من العلامات المحظور تسجيلها، و أي علامة مطابقة أو مشابهة لعلامة تجارية ممنوحة الحماية القانونية ليس من الجائز تسجيلها، و هذا ما احتوته نصوص المواد التالية: " المادة (8): 6. العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي.

10. العلامة التي تطابق علامة تخص شخصا آخر سبق تسجيلها لنفس البضائع التي يراد تسجيل العلامة من اجلها أو لصنف منها أو العلامة التي تشابه تلك العلامة إلى درجة قد تؤدي إلى غش الغير.

لذا فتسجيل علامة تجارية مطابقة أو مشابهة لعلامة تجارية مملوكة لشخص ما في الخارج و مسجلة باسمه في دولته يعد تشجيعاً للمنافسة غير المحقة، و من شأنه أن يجعل العلامة التجارية تدل على غير مصدرها الحقيقي، و هو ما منعه المشرع الأردني حماية للجمهور من الغش، و لكن في حالة إذا ما تقدم شخص ما بطلب لتسجيل هذه العلامة و قبلها المسجل لعدم وجود ما يشابهها من علامات في المملكة، و تم نشر هذه العلامة في الجريدة الرسمية ،فإنه يحق لصاحب العلامة المسجلة في الخارج الاعتراض على تسجيل هذه العلامة في الأردن. و هذا ما نستنبطه من نص المادة (1/33) من قانون العلامات التجارية الأردني و التي جاء فيها أنه:

" لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعدِ على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة إلا انه يحق له أن يتقدم إلى المسجل بطلب لإبطال علامة تجارية سجلت في المملكة من قبل شخص لا يملكها بعد أن كانت مسجلة في الخارج إذا كانت الأسباب التي يدعيها هي الأسباب الواردة في الفقرات 6 و7 و10 و12 من المادة (8) من هذا القانون".

ففي هذه المادة أعطى المشرع الحق لمالك العلامة التجارية المسجلة في الخارج أن يتقدم بطلب لإبطال علامة تجارية سُجلت في المملكة، إذا كانت الأسباب التي يدعيها مما ذكِر بالفقرات 6 و 10 من المادة (8)، فإذا أجاز المشرع للمالك أن يُبطل علامة مسجلة فمن بابٍ أوْلى إجازة الاعتراض على تسجيل هذه العلامة، و مما يؤكد هذه المسألة قرار لمحكمة العدل العليا جاء فيه:

"1. من صلاحية مسجل العلامة التجارية النظر في اعتراض شركة أجنبية تملك علامة تجارية مسجلة في الخارج على طلب تسجيل مثل هذه العلامة في المملكة الأردنية سواء أكان هذا الاعتراض منصباً على التسجيل بعد وقوعه أو على طلب التسجيل. 2. لصاحب العلامة التجارية المسجلة في الخارج حق إقامة الدعوى لإبطال تسجيل هذه العلامة في المملكة الأردنية إذا كان بقاء تسجيلها في المملكة يخالف النظام العام و الآداب العامة أو يؤدي إلى غش الجمهور بسبب شيوع استعمال البضاعة التي تحملها و لو لم تكن الدولة المسجلة فيها تلك العلامة داخلة في الاتفاق الدولي لحماية العلامات التجارية. و أن المادتين (34،41) من قانون العلامات التجارية لا رابط بينهما و كل منهما لها أغراضها الخاصة"(1).

إذاً من الصعوبات التي تواجه طالب التسجيل عند تسجيله للعلامة التي يريدها، اعتراض شخص يملك نفس العلامة التجارية التي يريد تسجيلها الطالب أو مشابهة لها، و لكنها مسجلة في الخارج على طلب تسجيله لعلامته لأنها مشابهة أو مطابقة، أو تؤدي إلى المنافسة غير المحقة على تسجيل العلامة و من ضمن صلاحياته النظر في هذه الاعتراضات، فإن كان المعترض محقاً في دعواه يأخذ المسجل بعين الاعتبار باعتراضه. و إن لم يثبت دعواه بأي دليل قام المسجل برد ادعائه لعجزه عن تقديم بياناته، و التي نرى أنها قد تكون شهادة بتسجيل تلك العلامة في الخارج.

(1) قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 53/4، بتاريخ 1953/1/25،أشارت إلى ذلك قليوبي،ربا، مرجع سابق، ص179.

و كما يبدو لنا فإن المشرع الأردني في المادة (1/33) من قانون العلامات التجارية لم يتطرق إلى حالة استعمال العلامة التجارية في الخارج و إنما قصر الأمر على حالة التسجيل، إذ أعطى العلامة التجارية المسجلة في الخارج الحق في الحماية و منع العلامة المستعملة من تلك الحماية، و كما يبدو فإن المشرع أراد التخفيف على مسجل العلامات التجارية حول مسألة البحث في استعمال العلامة من عدمه في الخارج و هي مسألة صعبة للغاية، كما أن المشرع الأردني في قانون العلامات لم يعطي العلامة غير المسجلة الحماية و إنما أعطاها إياها في قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية فمن باب أولى عدم منحها للعلامة المستعملة في الخارج.

وفي هذا جاء في قرار لمحكمة العدل العليا رقم 61/76، بتاريخ 1965/4/18، صفحة (912) أنه: " 6. إذا ثبت أن علامة مسجلة في الخارج تطابق علامة مطلوب تسجيلها في الأردن، فيكون اعتراض صاحب العلامة المسجلة في الخارج وارداً على تسجيل العلامة المطابقة لها في الأردن.

7. أما إذا كانت العلامة موضوع الاعتراض تستعمل في الأردن منذ مدة طويلة، و كانت العلامة المسجلة في الخارج غير مستعملة في الأردن فيجوز السماح باستعمال العلامة المعترض عليها إلى الوقت الذي تستطيع فيه الشركة المعترضة استيراد الصنف الذي يحمل العلامة المعترض عليها و بيعه في الأردن أو صنعه فيها"(1).

و إذا عدنا للمادة (40) من قانون العلامات التجارية الأردني نجد أنها قد أعطت حق الأولوية للعلامة التجارية المسجلة في الخارج عند طلب تسجيلها في الأردن، لكن يجب أن تكون الدولة التي سُجلت فيها العلامة من الدول التي ارتبطت معها المملكة الأردنية الهاشمية باتفاقية أو معاهدة دولية بفضلها تتبادل الدول الأعضاء حماية العلامات التجارية ، و بشرط إيداع طلبه لدى المسجل خلال ستة أشهر من اليوم التالي لتاريخ إيداع طلب تسجيلها لدى الجهة المختصة في دولته (2)، و من هذا الشرط نفهم أن حق الأولوية يُمنح للعلامة التجارية المسجلة في الخارج لمدة ستة أشهر فقط لدى المشرع الأردني، و تُحسَب من اليوم التالي لتاريخ إيداع طلب التسجيل في دولة طالب التسجيل، و بعد هذه المدة ينتفي حق الأولوية لصاحب العلامة المسجلة في الخارج.

---

(1) أشارت إلى ذلك قليوبي،ربا، مرجع سابق، ص180.

(2) المادة (1/40):" إذا كانت المملكة مرتبطة باتفاقية دولية ثنائية أو منضمة إلى معاهدة دولية تمنح الحماية المتبادلة للعلامات التجارية المسجلة لدى اي منها يجوز لأي شخص من رعايا الدولة الطرف في الاتفاقية أو المعاهدة تقديم الطلب إلى المسجل لحماية علامته التجارية ويكون له حق الأولوية على من سبقه في طلب تسجيل هذه العلامة التجارية في المملكة شريطة إيداع طلبه لدى المسجل خلال ستة أشهر من اليوم التالي لتاريخ إيداع طلب تسجيلها لدى الجهة المختصة في دولته وفي هذه الحالة يعتبر تاريخ التسجيل في المملكة هو تاريخ تقديم طلب التسجيل للعلامة التجارية في تلك الدولة ولا يحق له إقامة أي دعوى مدنية أو جزائية قبل التاريخ الحقيقي الذي سجلت فيه علامته التجارية في المملكة" .

و ترى الباحثة أن ما ورد أعلاه في النصوص القانونية فيه بعض من التناقض، ففي الوقت الذي تنص المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية على أنه لا يجوز تسجيل أية علامة تجارية تؤدي للمنافسة غير المشروعة أو إلى تضليل الجمهور، جاءت المادة (40) لتعطي الأولوية بالتسجيل للدول المرتبطة باتفاقية مع الأردن بشرط ايداع الطلب لدى المسجل خلال ستة أشهر من اليوم التالي لتاريخ ايداع طلب تسجيلها لدى الجهة المختصة في دولته، أي يجوز تسجيل علامة مطابقة لعلامة تجارية مسجلة في الخارج إذا لم تتحقق الشروط، لذا باستطاعة مالك العلامة التجارية الأخير أن يستفيد من نص المادة (33) من قانون العلامات و ليس من نص المادة (40)، لأن المادة (33) تظهر أهميتها في المرحلة اللاحقة للتسجيل بينما المادة (40) تظهر أهميتها في مرحلة التسجيل عند تقديم الطلبات.

المطلب الثالث

اعتراض الشركة على طلب تسجيل العلامة التجارية التي تحتوي على اسمها

قد يحدث أحياناً أن يسجل شخص علامة تجارية تطابق اسم تجاري لشركة ما، و قد يكون طالب التسجيل حسن النية و لا يعلم باسم هذه الشركة و يكون الموضوع من باب الصدفة لا غير، و قد يكون سيء النية و يريد تسجيل العلامة المحتوية على الاسم التجاري لشركة ما قاصداً بذلك أسباب معينة، كالاستفادة من شهرة هذا الاسم التجاري و وضعه كعلامة تجارية لتجارته حتى يكسب ثقة الزبائن. و يجدر أن يلحظ هنا أن المادة الثانية من قانون الأسماء التجارية رقم (9) لسنة 2006 عرّفت الاسم التجاري على أنه:"الاسم الذي يختاره الشخص لتمييز محله التجاري عن غيره من المحلات و الذي يتكون من تسمية مبتكرة أو من اسم الشخص أو لقبه أو منها جميعاً و مع أي إضافة تتعلق بنوع التجارة أو النشاط الذي يمارسه".

فالاسم التجاري يُستعمل لتمييز المتجر عن غيره من المتاجر المماثلة، و من الممكن أيضاً استخدامه كعلامة تجارية لتمييز المنتجات أو الخدمات التي يقدمها المتجر إذا توافرت فيه الشروط المطلوبة لاعتباره علامة تجارية و تم تسجيله في سجل العلامات التجارية (1).

(1) العكيلي،عزيز،2008،شرح القانون التجاري،دار الثقافة للنشر و التوزيع،ص206.

فالاسم التجاري يعتبر شهرة للشركة تميزها عن غيرها و عند تسجيل علامة تجارية محتوية لهذا الاسم فهذا سيؤدي إلى المنافسة غير المحقة، عندما يعتقد البعض أن هذه العلامة تابعة لنفس الشركة المعروفة لديهم، و هذا ما سعى المشرع الأردني لتجنبه في الفقرة (9) من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية و التي تنص على أن:"العلامات التي لا يجوز تسجيلها كعلامة تجارية :9. العلامات التي تحتوي على صورة شخص أو اسمه أو اسم محله التجاري أو اسم شركة أو هيئة إلا برضى وموافقة ذلك الشخص أو تلك الهيئة أما الأشخاص المتوفون حديثا فيجوز للمسجل أن يطلب موافقة ممثليهم الشرعيين".

لكن هذا لا يعني أنه لا يمكن إيداع أي اسم تجاري كعلامة تجارية، بل يمكن ذلك حين لا يُحدث هذا الاسم لبس مع أي اسم تجاري تابع لأي شركة (1). لكن ما هو المعيار الذي يحدد ما إذا تم الاعتداء على الاسم التجاري أم لا؟ أي هل يجب أن يؤخَذ الاسم كاملاً أم يكفي أخذ بعضه حتى يتم الاعتداء؟

و للإجابة عن هذا التساؤل عدنا لقرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 2006/588 :"1. يستفاد من الفقرتين (6 و 10) من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية أنه لا بد لقبول طلب الاعتراض على تسجيل العلامة التجارية أن يكون هناك علامة تجارية تخص طالب الاعتراض سبق تسجيلها لنفس البضائع و من شأنها أن تؤدي إلى تشجيع المنافسة التجارية غير المحقة. و حيث لا يوجد في أوراق الدعوى ما يثبت بأن المستأنفة تملك أية علامة تجارية تميز بضائعها أو خدماتها مسجلة لدى مديرية حماية الملكية الصناعية/العلامات التجارية (دلة البركة) كما تدعي و إنما تملك اسماً تجارياً و بذلك لا مجال لإعمال أحكام الفقرتين (6 و10) من المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية باحتمالية غش الغير أو وجود التشابه الذي يؤدي إلى تشجيع المنافسة غير المحقة.

(1) مغبغب، نعيم، مرجع سابق، ص26.

أما فيما يتعلق بالفقرة (9) من المادة (8) من قانون العلامات التجارية فإنه لا خلاف بأن المستأنفة شركة دله للتجارة و الخدمات و الصيانة هي المالكة للاسم التجاري (مكتب دله البركة لتأجير السيارات السياحية) و أن تسجيل المستأنف ضدها شركة دله البركة القابضة علامتها التجارية (دلة البركة) لا يوجد فيه مخالفة لأحكام الفقرة (9) من المادة (8) من قانون العلامات التجارية إذ أن منع تسجيل العلامة التجارية المنصوص عليه في هذه الفقرة هو تسجيل العلامة التجارية التي تحمل الاسم الكامل للشركة لا بجزء منه و عليه فإنه لا يمتنع تسجيل العلامة التي تحمل جزءاً من اسم الشركة و بذلك يغدو اعتراض المستأنفة فاقداً لسنده القانوني و يكون ما توصل إليه مسجل العلامات التجارية برد الاعتراض قد أصاب صحيح القانون"(1).

إذاً لا تستطيع الشركة الاعتراض على طلب تسجيل أي علامة تجارية فقط لأنها مشابهة لاسمها، بل هناك معيار إذا وُجد استطاعت الشركة مالكة الاسم الاعتراض على تسجيل العلامة، و هذا المعيار هو أن تحتوي العلامة المطلوب تسجيلها على اسم الشركة كاملاً و ليس على جزء منه. و يجب أيضاً أن يكون الاسم مُستعمَل في نفس النشاط التجاري المَنْوي استعمال العلامة فيه، فإذا كان الاسم التجاري خاص بنشاط مُختلف عن نوع نشاط العلامة فلا ضير في تسجيلها، و إذا كان الاسم التجاري غير معروف و غير مؤثر فذلك أيضاً لا يؤثر في صحة العلامة و تسجيلها (2). و من الجائز أن يحصل طالب التسجيل على موافقة الشركة على استعمال اسمها كعلامة تجارية، فتصبح حينها تلك العلامة صحيحة، و هذا ما يدعونا للقول أن الفقرة التاسعة من المادة الثامنة لم تمنع تسجيل العلامة التجارية الواردة فيها منعاً كاملاً، لكن قيّدت هذه العلامة بشروط معينة.

---

(1) نوري، خاطر، مرجع سابق، ص 285.
(2) الصرايرة، منصور عبد السلام،د.ن، الترخيص باستعمال العلامة التجارية في القانون الأردني، دراسة مقارنة، دار رند للنشر و التوزيع،الأردن، ص 120.

المبحث الثالث

النزاعات التي تواجه المسجل عند التسجيل

بما أن هذا الفصل هو بمثابة توقع للصعوبات التي من الممكن أن تثور عند تسجيل علامة تجارية، و من ضمن هذه الصعوبات ما يواجه مسجل العلامات التجارية من نزاعات بين طالبي تسجيل هذه العلامات، فما هو دور مسجل العلامات التجارية في هذه النزاعات؟ و كيف يفصل فيها؟

و يجدر أن يلحظ أن هذه النزاعات قد تحدث حين يطلب شخص ما تسجيل علامة تجارية و تكون هذه الأخيرة مُستعملة من قبل شخص آخر، فهنا يأتي دور المسجل في تقرير لمن يعود الحق في ملكية هذه العلامة؟ و تحدث أيضاً حين يتم استعمال العلامة التجارية من قِبَل أكثر من شخص في نفس الوقت، ففي هذه الحالة يكون من الصعب تقرير ملكية العلامة، فماذا يفعل المسجل في هذه الحالة؟ و لِمن يقرر حق ملكية العلامة ، و على أي أساس يعتمد؟

جميع هذه التساؤلات سنجيب عنها في هذا المبحث من خلال مطلبين و على النحو الآتي:

المطلب الأول

طلب تسجيل علامة تجارية مطابقة لعلامة تجارية مستعملة

لقد منح قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية العلامة المُستعملة حماية مدنية(1)، و لقد أعطتها محكمة العدل العليا الحماية القانونية، حيث قررت في هذا الموضوع أنه: "2- إذا اصطدم حق طالب تسجيل العلامة التجارية بحق مستعمل سابق للعلامة فيكون للمستعمل السابق أولوية على طالب التسجيل"(2).

فكما نخلص من القرار السابق أنه لا يجوز تسجيل علامة تجارية مطابقة أو مشابهة لعلامة تجارية مستعملة، و في حال تقديم طلب التسجيل فلِمُستعمل العلامة التجارية الاعتراض على تسجيل العلامة المشابهة أو المطابقة لعلامته مُعتمداً حُجة الاستعمال، و لكن ما هو المقصود بالاستعمال الذي يعطي صاحبه هذا الحق؟

لقد حددت محكمة العدل العليا شروط الاستعمال المانح لصاحبه الحماية القانونية و هي: 1. أن يقع استعمال العلامة في المملكة الأردنية، فلا نفع من استعمالها في الخارج، لأن القانون جاء ليحمي الجمهور من التضليل، و هذا التضليل لن يقع إلاّ إذا كان الاستعمال في الأردن من قِبَل الشعب الأردني.

2. أن يُمارَس استعمال العلامة مِن قِبَل مالكها، أو باسمه عن طريق نائب كالوكيل مثلاً، فقد بيّنت المحكمة أن استيراد الشخص لبضاعة و عرضها بالأسواق لا يُعتبر استعمال.

3.أن يستمر الاستعمال لفترة معينة كافية لجعل العلامة مميزة و معروفة لدى الجمهور(3).

---

(1) راجع نص المادة (2/ب و 3/أ) من قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية و نص المادة (5/24) من قانون العلامات التجارية الأردني، سبق ذكرها في المبحث الأول من الفصل الثاني.

(2) قرار محكمة العدل العليا رقم 96/73، صادر بتاريخ 1996/6/26، سنة النشر 1997، مجلة نقابة المحامين، ص 638.أشارت إلى ذلك قليوبي،ربا،مرجع سابق، ص 183.

(3) قليوبي،ربا، مرجع سابق،ص176 و 177.

و بالنسبة لتقرير مدى التشابه بين العلامتين أو مدى التضليل الذي ستُحدثه العلامة المطلوب تسجيلها مع العلامة المُستعمَلة، فيُؤخَذ بمعيار الرجل المعتاد و لن أتطرق لتفاصيل معيار التشابه لأنه قد سبق تفصيله.

إذاً يحق لِمن تحققت في علامته هذه الشروط، و كان تسجيل العلامة المشابهة أو المطابقة قد يحقق منافسة غير مشروعة أو تضليل للجمهور أن يعترض على طلب التسجيل و يطلب إلغائه أو تعديله، و لكن لا يحق له المطالبة بالتعويض عن أي ضرر لحق به من جراء هذه المنافسة والتعدي على علامته، و لا يحق له إقامة الدعوى الجزائية عن أي تعدٍ على علامته التجارية (1).

---

(1) تنص المادة (1/33) من قانون العلامات التجارية:"1 . لا يحق لأحد أن يقيم دعوى بطلب تعويضات عن أي تعد على علامة تجارية غير مسجلة في المملكة إلا انه يحق له أن يتقدم إلى المسجل بطلب لإبطال علامة تجارية سجلت في المملكة من قبل شخص لا يملكها بعد أن كانت مسجلة في الخارج إذا كانت الأسباب التي يدعيها هي الأسباب الواردة في الفقرات 6 و7 و10 و12 من المادة (8) من هذا القانون".

المطلب الثاني

استعمال العلامة التجارية من قبل أكثر من شخص في نفس الوقت

في بعض الأحيان تحدث الصدفة باستعمال أكثر من شخص نفس العلامة التجارية لمدة من الزمن، و من ثم تأتيهم الرغبة في تسجيلها فيحدث تضارب فيما بينهم، فماذا يفعل المسجل في هذه الحالة؟

و لدى العودة لقانون العلامات التجارية نجد أن المشرع قد سمح بتسجيل العلامة التجارية لأكثر من شخص في حالتين، و هذا ما نصت عليه المادة (1/18) بأن

" استعمال العلامة من قبل أكثر من شخص واحد في نفس الوقت:

1. إذا كان شخص يستعمل بطريق المزاحمة الشريفة علامة تجارية يستعملها شخص آخر أو إذا وجدت أحوال خاصة أخرى يستصوب المسجل معها تسجيل نفس العلامة باسم أكثر من شخص واحد ، فيجوز للمسجل أن يسمح بتسجيل تلك العلامة أو أية علامات أخرى قريبة الشبه بها ، لنفس البضائع أو الصنف من البضائع باسم أكثر من شخص واحد على أساس القيود والشروط التي قد يستصوب فرضها من حيث طريقة الاستعمال ومكانه وغير ذلك من الأمور".

إذاً يجوز للمسجل أن يسجل نفس العلامة باسم أكثر من شخص، إذا كان استعمالهم للعلامة بطريق المنافسة المشروعة أو إذا كان هناك أحوال خاصة تبرر لهم تسجيل نفس العلامة، و في نفس الوقت القرار يعود للمسجل في القبول أو الرفض،

و هذا ما أكدته المادة السابقة بقولها :(يستصوب المسجل معها) فيجوز له رفض تسجيل العلامة باسم أكثر من شخص عندما لا يجد مبرراً للتسجيل. و له أيضاً أن يحول طلبات تسجيل العلامة إلى محكمة العدل العليا، و يكون لها أن تقرر فيما اذا كان الوضع ملائم لتسجيل العلامة التجارية باسم أكثر من شخص أم لا (1)، وهذا وفقاً لما جاء في المادة (17) من قانون العلامات التجارية (2).

---

(1)قليوبي،ربا،مرجع سابق،ص205.

(2) تنص المادة (17) من قانون العلامات التجارية على أن:" وجود ادعاءات متضاربة على علامات تجارية متشابهة :

إذا طلب عدة أشخاص تسجيل علامات تجارية متماثلة أو قريبة الشبه بعضها ببعض وكانت تلك العلامات تتعلق بنفس البضائع أو الصنف ، فيجوز للمسجل أن يرفض تسجيل أية علامة من تلك العلامات باسم شخص من هؤلاء الطالبين إلا بعد أن تسوى حقوقهم:

1. إما بالاتفاق فيما بينهم على وجه يوافق عليه المسجل ، أو

2. بواسطة محكمة العدل العليا التي يحيل المسجل الخلاف عليها عند عدم الوصول إلى مثل هذا الاتفاق."

و نود التأكيد أن هذه الإجازة بتسجيل علامة باسم أكثر من شخص لا تتحدث إلا على علامات غير مسجلة أصلاً، فلا يجوز تسجيل علامة مستنسخة لعلامة مسجلة(1). و هذا ما أكدته محكمة العدل العليا بقرارها رقم (72/75) و الذي ينص على:"إن حق مسجل العلامات التجارية في السماح بتسجيل العلامة باسم أكثر من شخص واحد عملاً بالصلاحية المنصوص عليها في المادة 18 من قانون العلامات التجارية موقوف على وجود أكثر من طلب"(2).

و البحث في هذا الموضوع يتفرع لفروع عدة و على النحو التالي:

الفرع الأول: قبول المسجل تسجيل علامة تجارية باسم أكثر من شخص لاستعمالها بطريق المزاحمة الشريفة

في حالة وجود أكثر من شخص يريد تسجيل نفس العلامة التجارية يتم النظر أولاً إلى: هل المنافسة التي ستحصل بين أصحاب العلامة ستكون منافسة محقة و شريفة أم لا؟ و إذا كانت الإجابة بنعم فيجوز تسجيل العلامة باسم طالبي التسجيل، أما إذا كانت الإجابة لا فلا يجوز تسجيل العلامة باسمهم.

و في ذلك قضت محكمة العدل العليا في قرارها رقم 66/14 بأنه:"1- إذا كان مصنع للصعوبات في سوريا ملكاً لشخصين كانا يستعملان علامة (شعلة الأمان) على بضائعهما المشتركة و

هي الصعوبات، و على أثر وقوع خلاف بينهما سجل الشخص الأول العلامة باسمه في الأردن في سنة 1958 ونقل ملكيتها إلى شخص ثالث، فمن العدالة أن تسجل هذه العلامة أيضاً في الأردن باسم المالك الثاني الأصلي بناء على طلبه، و لا يوجد في ذلك ما يفيد أن المزاحمة بين الفريقين لاستعمال نفس العلامة هي مزاحمة غير شريفة" (3).

فإذا كانت طريقة استعمال العلامة التجارية لا تحقق مزاحمة غير شريفة فلا ضير في تسجيلها باسم أكثر من شخص. و يحق للمسجل أن يضع القيود و الشروط التي يراها مناسبة لحماية العلامة من أي منافسة غير مشروعة من حيث طريقة الاستعمال و مكانه و غيرها من القيود (4). مثلاً من الممكن أن يتم توزيع استعمال العلامة على عدة مدن، يختص كل شخص من المالكين باستعمالها في منطقة معينة، و في هذه الحالة تتحقق المنافسة المشروعة.

---

(1) قليوبي،ربا،مرجع سابق،ص205.
(2) قرار محكمة العدل العليا رقم 72/75، صادر بتاريخ 1972/9/14،سنة النشر 1972،مجلة نقابة المحامين، ص1179.
(3) قرار رقم 66/14، محكمة العدل العليا،سنة النشر 1966،مجلة نقابة المحامين،ص462.
(4) قرار رقم 88/66، محكمة العدل العليا،سنة النشر 1988،مجلة نقابة المحامين،ص881.

الفرع الثاني: قبول المسجل بتسجيل علامة تجارية باسم أكثر من شخص في حال وجود أحوال خاصة

يوجد مبرر آخر لجواز تسجيل العلامة التجارية باسم أكثر من شخص، و هذا التبرير هو وجود أحوال خاصة، و هي كما ذُكِرَ في نص المادة (1/18):" أو إذا وجدت أحوال خاصة أخرى يستصوب المسجل معها تسجيل نفس العلامة بإسم أكثر من شخص واحد". ففي بعض الحالات الخاصة يكون المسجل عادلاً حين يقبل بازدواجية تسجيل العلامة التجارية.

و من الأمثلة على هذه الحالات ما جاء في قرار محكمة العدل الأردنية رقم 65/156 على أنه :"إذا انقطعت شركة عن العمل و كانت لا تملك إلا علامة تجارية واحدة فإن هذه العلامة تعتبر قسماً من موجودات الشركة و تكون قابلة للبيع مثلها مثل شهرة المحل. غير أنه يجوز لكل شريك أن يستعمل تلك العلامة على بضائعه بعد أن يسجلها باسمه، ولا يملك المسجل حق قسمتها بين الشركاء بل يكون له حق تسجيلها باسم كل منهم فيما إذا تقدم بطلب له، بعد وضع القيود و الشروط التي يستصوبها من حيث الاستعمال و مكانه و غير ذلك من الأمور تجنباً لغش الجمهور" (1).

و من الأمثلة على الأحوال الخاصة أيضاً عند وفاة شخص صاحب محل تجاري و أراد ورثته تقاسم المحل التجاري، و كما نعلم أن العلامة التجارية هي عنصر من عناصر المحل التجاري المعنوية لكنهم لا يستطيعون تقسيمها نظراً لطبيعتها غير القابلة للتقسيم، فيمتلكونها على الشيوع فيما بينهم و عند استعمال العلامة من قِبَل أحد الورثة لتمييز بضائعهم يجب أن يكون باقي الورثة موافقون على هذا الاستعمال (2). لأن المسجل لا يملك قسمتها بين الشركاء، بل باستطاعته تسجيل تلك العلامة باسم كل منهم، إذا تقدم بطلب لذلك بعد أن يضع القيود و الشروط التي يراها مناسبة لكيفية الاستعمال و مكانه، حتى لا يقع جمهور المتعاملين بالبضائع و الخدمات و المنتجات الموضوعة عليها العلامة بالغش و التضليل.

---

(1) قرار رقم 65/156، محكمة العدل العليا،سنة النشر 1966،ص446.
(2) قليوبي،سميحة، مرجع سابق، ص534.

الفصل الرابع

النزاعات التي تثور حول العلامة التجارية بعد التسجيل

بعد تسجيل العلامة التجارية تصبح مُلكاً لمن سجلها، و يستطيع المالك بعد تسجيلها و استعمالها أن يحميها حماية مدنية و جزائية من أي عمل قد يؤدي إلى المنافسة غير المشروعة (1)، فإذا حاول أي شخص أن يتعدّى على هذه العلامة التجارية أو يُلحِق بها الضرر فيحق لصاحب العلامة إيقاف هذا التعدي و المطالبة بالتعويض عن أي ضرر أصاب العلامة أو المطالبة بمعاقبته (2).

و لقد بحثنا فيما سبق النزاعات التي تقابل العلامة التجارية عند طلب التسجيل أي قبل تسجيلها لدى مسجل العلامات التجارية، و وجدنا أن هناك العديد من المشاكل التي تواجه العلامة التجارية قبل التسجيل، و هذه المشاكل لا تنتهي بعد تسجيل العلامة، بل بعد التسجيل تواجه العلامة منازعات من شكل آخر، و هذا ما سنوضحه من خلال الآتي:

المبحث الأول : النزاعات التي تواجه مالك العلامة التجارية بعد التسجيل.

المبحث الثاني : النزاعات التي تواجه المسجل بعد التسجيل.

المبحث الثالث: انقضاء الحق المكتسب في العلامة التجارية.

---

(1) الجنبيهي،منير،و الجنبيهي،ممدوح،2000،العلامات و الأسماء التجارية،دار الفكر الجامعي،ص29.

(2) نص المادة (37) من قانون العلامات التجارية: يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن ثلاثة أشهر ولا تتجاوز سنة واحدة أو بغرامة لا تقل عن مائة دينار ولا تتجاوز ستة آلاف دينار أو بكلتا هاتين العقوبتين كل من ارتكب بقصد الغش فعلاً من الأفعال التالية :

أ . زور علامة تجارية مسجلة وفقاً لأحكام هذا القانون أو قلدها بطريقة تؤدي إلى تضليل الجمهور أو وسم داخل المملكة علامة تجارية مزورة أو مقلدة على ذات الصنف من البضائع التي سجلت العلامة التجارية من اجلها .

ب. استعمل دون حق علامة تجارية يملكها الغير على الصنف ذاته من البضاعة التي سجلت العلامة التجارية من اجلها .

ج. باع أو اقتنى بقصد البيع أو عرض للبيع بضاعة تحمل علامة تجارية يعتبر استعمالها جرماً بمقتضى البندين (ا) و (ب) من هذه الفقرة وكان لديه علم مسبق بذلك .

2. بالرغم مما ورد في الفقرة 1 من هذه المادة يعاقب الأشخاص الذين يبيعون أو يعرضون للبيع أو يقتنون بقصد البيع بضاعة تحمل علامة تجارية يعتبر استعمالها جرماً بمقتضى البندين (أ) و (ب) من الفقرة 1 من هذه المادة بغرامة لا تقل عن خمسين ديناراً ولا تتجاوز خمسمائة دينار .

3. تسري أحكام الفقرة 1 من هذه المادة على كل من شرع في ارتكاب اي فعل من الأفعال المنصوص عليها في هذه الفقرة او ساعد او حرض على ارتكابها .

المبحث الأول

النزاعات التي تواجه مالك العلامة التجارية بعد التسجيل

ليس المعنى من تسجيل المالك للعلامة التجارية أنه لن يواجه أي مشاكل أو نزاعات بعد هذا التسجيل، إنما هو طريقة لحماية العلامة التجارية من أي تعدٍ يحصل لها، فهو يعطي الحق لصاحب العلامة المسجلة بأن يقف وقفة قانونية بوجه كل من يحاول التعدي على علامته، فالمشاكل حول ملكية العلامة التجارية قد لا تنتهي و سنحاول من خلال هذا المبحث إيجاد بعض الحلول القانونية و الفقهية و القضائية للنزاعات التي تواجه مالك العلامة التجارية.

المطلب الأول

انتفاء الصفة الفارقة للعلامة التجارية

كما تعلمنا من خلال هذه الدراسة أنه لا يجوز تسجيل علامة تجارية لا تتمتع بصفة فارقة أي لا يوجد ما يميزها كعلامة تجارية، فيُشتَرط في العلامة أن تكون لها ذاتيتها الخاصة التي تجعلها مختلفة عن العلامات الأخرى أياً كان شكل هذه العلامة (1)، و هذا ما نصت عليه المادة السادسة من قانون العلامات التجارية بقولها:"العلامات التجارية القابلة للتسجيل: 1. يشترط لتسجيل العلامة التجارية أن تكون ذات صفة فارقة من حيث الأسماء أو الحروف أو الأرقام أو الإشكال أو الألوان أو غير ذلك أو أي مجموعة منها وقابلة للإدراك عن طريق النظر".

و ما يحدث أحياناً هو أن يتم تسجيل العلامة التجارية من دون أن يعترض عليها أحد، و بعد أن تصبح علامة مسجلة و مستعملة يظهر بأنها لا تتمتع بصفة فارقة، و أنها أحدثت منافسة غير مشروعة بالنسبة لعلامة أخرى، فيكون لمن تحققت لديه المنافسة غير المشروعة أن يطلب ترقين العلامة التجارية المتسببة لعلامته بالضرر، و هذا ما قررته محكمة العدل العليا في قرارها رقم 2008/127:

(1)القليوبي، سميحة، مرجع سابق،ص480

"1. يستفاد من المادتين (7) و (6،10/8) من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 وتعديلاته أن العلامة التجارية أياً كان شكلها يجب أن تتصف بصفات تميزها عن غيرها أي أن تكون لها ذاتية خاصة تميزها عن غيرها من العلامات الأخرى المستخدمة لسلع مماثلة . فوظيفة العلامة التجارية هي تمييز المنتجات لجمهور المستهلكين وتمكينهم من التعرف على السلع التي يفضلونها بما تحمله من علامة مميزة كما أن وظيفتها حماية صاحبها من منافسيه الذين ينتجون أو يبيعون سلعاً مماثلة . وبمناظرة العلامة التجارية موضوع الترقين (تريتول TRITOL) مع العلامة التجارية المملوكة للمستأنف عليها شركة سبارتن الكيماوية (ترينول TREENOL) على وجه التعاقب نجد أن هناك تشابهاً بين العلامتين قد يصل في مجمله إلى حد التطابق من حيث اللفظ وتركيبة الأحرف والكتابة والصنف ونوع البضاعة الأمر الذي يؤدي حتماً إلى اللبس والخلط لدى المستهلكين ويخلق منافسة غير مشروعة وإيهامهم بالمصدر غير الحقيقي للبضاعة . وفضلاً عن ذلك فإن علامة المستأنفة لا تتمتع بالصفة الفارقة بالمعنى الذي أشرنا إليه آنفاً وبذلك يغدو ما توصل إليه مسجل العلامات التجارية بقراره المستأنف بقبول طلب الترقين المقدم على العلامة التجارية (TRITOL) تريتول قد صادف صحيح القانون"(1) .

لكن مَن يحق له التقدم بطلب لحذف علامة تجارية مسجلة؟

يجب أن يكون لِطالب الحذف مصلحة في هذا الطلب (1)، على العكس بموضوع الاعتراض على تسجيل العلامة الذي لا تُشتَرط فيه المصلحة، و هذا ما جاء في المادة (22) من قانون العلامات التجارية (2). و ما حذت نحوه محكمة العدل العليا في الكثير من قراراتها، فقد اشترطت لقبول طلب ترقين علامة مسجلة أن يكون لصاحب الطلب مصلحة مباشرة و شخصية و مشروعة و محمية قانوناً .

و صاحب المصلحة في هذا المطلب هو مالك العلامة التجارية المشابهة للعلامة التجارية المسجلة و التي تحقق لعلامته منافسة غير مشروعة أو غش الجمهور، فيحق له تقديم طلب لترقين هذه العلامة التجارية، و من الممكن أيضاً لطالب تسجيل علامة مشابهة لعلامة مسجلة أن يطلب ترقين العلامة المسجلة التي من أجلها قد تم رفض طلب تسجيله، إذا كان معتمداً على الشروط الموجودة في المواد (22) و (24) (3).

---

(1)قرار رقم 2008/127 ،محكمة العل العليا الأردنية، تاريخ 2008/5/28، منشورات مركز عدالة.

(2)قليوبي، ربا، مرجع سابق، ص 250.

(3)تنص المادة (22):"1 . مع مراعاة أحكام المادة 25 من هذا القانون يجوز لأي شخص ذي مصلحة أن يطلب من المسجل إلغاء تسجيل أي علامة تجارية مسجلة لغيره إذا لم يستعملها فعلياً وبصورة مستمرة خلال السنوات الثلاث التي سبقت الطلب إلا إذا اثبت مالك العلامة التجارية أن عدم استعمالها يعود إلى ظروف تجارية خاصة أو إلى أسباب مسوغة حالت دون استعمالها" .

(4)تنص المادة (5/24) :" أن كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المواد 6 أو 7 او 8 من هذا القانون أو بسبب إن تسجيل تلك العلامة تنشا عنه منافسة غير عادلة بالنسبة لحقوق الطالب في المملكة الأردنية الهاشمية يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة".

و محور دراستنا في هذا المطلب هو ما جاء في المادة (24) فقط، أما المادة (22) سيكون لها مطلب خاص، و الشروط المطلوبة اعتماداً على نص المادة (24) لقبول طلب ترقين العلامة، إما انعدام وجود ما يسوغ تسجيل العلامة، سنداً للمواد 6 أو 7 أو 8 من قانون العلامات التجارية، أي أن تنعدم الصفة الفارقة للعلامة أو أن تكون من العلامات المحظورة، و إما أن تسجيل هذه العلامة يؤدي إلى منافسة غير مشروعة مع طالب الترقين.

و في هذه الحالة يقدِم صاحب المصلحة طلب الترقين لمسجل العلامات التجارية، و يجوز للمسجل أن يعطي هذه الصلاحية لمحكمة العدل العليا لتتولى مهمة النظر في هذا الموضوع، و على طالب الترقين التقدم ببياناته للمحكمة حتى يبرر رغبته في شطب هذه العلامة من السجل، و في حال عدم تقديم صاحب العلامة المطلوب ترقينها لائحة جوابية يبقى التزام طالب الترقين في تقديم بياناته واجب عليه لتوضيح موقفه (1).

و يحق لصاحب العلامة المطلوب ترقينها، إذا صدر القرار بترقين علامته، أن يستأنف قرار مسجل العلامات التجارية وفقاً للمادتين (22) و (2/24) من قانون العلامات التجارية، و يجوز له أن يضيف أسباب جديدة للاستئناف بعد أخذ الموافقة من محكمة العدل العليا (2).

---

(1)قليوبي، ربا، مرجع سابق،ص253.

(2)قرار رقم 85/94، محكمة العدل العليا الأردنية،ص491،صادر بتاريخ 1985/11/13،صادر سنة 1986،مجلة نقابة المحامين، و الذي جاء فيه:"2.لا يجوز إضافة أسباب جديدة بالاستئناف المقدم ضد القرار الذي يصدره المسجل في اعتراض على تسجيل علامة تجارية و ذلك سنداً للمادة 8/14 من قانون العلامات التجارية.أما الاستئناف المقدم للطعن في قرار المسجل في طلب الترقين فإنه يخضع لحكم المادة 25 من قانون العلامات التجارية التي تجيز لمحكمة العدل أن تفصل في أية مسألة ترى من الضروري أو المناسب الفصل فيها".

المطلب الثاني

العلامة التجارية المحظورة

لدى العودة لنص المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية، نجد أنها قد منعت تسجيل أنواع من العلامات التجارية في فقراتها الإثني عشر، و ما سيكون محور البحث في هذا المطلب هو موضوع الفقرات (1-6) و الفقرات (8) و (11) من نفس المادة (1).

و لقد سبق و شرحنا معنى نصوص هذه الفقرات في الفصل السابق، و كانت الدراسة تتمحور حول كيفية مواجهة هذه الصعوبات قبل التسجيل، و لكن هنا نريد أن نبحث في كيفية مواجهتها بعد التسجيل، فإن تمّ تسجيل العلامة التجارية على الرغم من وجود حظر على تسجيلها، فما الإجراءات التي سوف تحصل على هذه العلامة؟

---

(1)نصت المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية الأردني على أن:"لا يجوز تسجيل ما يأتي:

1. العلامات التي تشابه شعار جلالة الملك أو الشارات الملكية أو لفظة ملوكي أو أية ألفاظ أو حروف أو رسوم أخرى قد تؤدي إلى الاعتقاد إن الطالب يتمتع برعاية ملكية.

2. شعار أو أوسمة حكومة المملكة الأردنية الهاشمية أو الدول أو البلاد الأجنبية إلا بتفويض من المراجع الايجابية.

3. العلامات التي تدل على صفة رسمية إلا إذا فرضت وضعها المراجع الايجابية التي تخصها تلك العلامة أو التي هي تحت مراقبتها.

4. العلامات التي تشابه الراية الوطنية أو إعلام المملكة الأردنية الهاشمية العسكرية أو البحرية أو الأوسمة الفخرية أو شاراتها أو الإعلام الوطنية العسكرية أو البحرية.

5. العلامات التي تشمل الألفاظ أو العبارات التالية:

(امتياز) (ذو امتياز) (ذو امتياز ملكي) (مسجل) (رسم مسجل) (حقوق الطبع) (التقليد يعتبر تزويرا) أو ما شابه ذلك من الألفاظ والعبارات.

6. العلامات المخلة بالنظام العام أو الآداب العامة أو التي تؤدي إلى غش الجمهور أو العلامات التي تشجع المنافسة التجارية غير المحقة أو التي تدل على غير مصدرها الحقيقي.

7. العلامات التي تطابق أي شعار ذي صفة دينية بحتة أو تشابهه.

8. العلامات التي تطابق أو تشابه شارة الهلال الأحمر أو الصليب الأحمر على ارض بيضاء أو شارات الصليب الأحمر أو صليب جنيف".

تُشطب العلامة التجارية سنداً للمادة (15) من قانون العلامات التجارية الأردني إذا قُبل طلب التسجيل عن طريق الخطأ، أو إذا تم قبول هذا الطلب على غير ما أشارت إليه المحكمة (1). و إذا تبيّن أن تلك العلامة محظورة لقدسيتها أو حرمتها أو مخالفتها للنظام العام أو الآداب أو للمحافظة على حقوق ذي الشأن أو لمنع تضليل الجمهور، أي لمخالفتها فقرات المادة الثامنة.

و كل شخص لا يأخذ هذه الشروط على محمل الجد عند تسجيل علامته، يجب أن يُلاحَق لضرورة إبطال هذه العلامة، و مطالبته بالعطل و الضرر (2)، و في هذا جاء قرار إبطال علامة تجارية تحمل ثلاث ألوان، الأبيض و الأزرق و الأحمر، من قِبَل المحاكم الفرنسية على أساس أن هذه الألوان تقترب من العلم الفرنسي، الأمر الذي يحمل الجمهور على الاعتقاد بأن هذه العلامة تتمتع بإدارة رسمية فيؤدي إلى التضليل (3).

و تقل القرارات التي تفيد بإبطال علامة تجارية محظورة، لأنه من وجهة نظري المتواضعة أن تسجيل علامة تجارية محظورة ليس بموضوع شائع، لأن المسجل لا يقبل تسجيلها أصلاً، و لكننا هنا نتحدث عن الحالات القليلة التي من الممكن أن يسجل فيها المسجل علامة و من ثم يظهر أنها علامة مخالفة للقانون. أو تلك العلامة التي يكون من الجائز تسجيلها في ظل قانون، ثم يصدر بعد ذلك تعديل على هذا القانون يمنع تسجيل مثل تلك العلامة.

---

(1) زين الدين، صلاح،العلامات التجارية وطنياً و دولياً، مرجع سابق،ص 227 و 229.و قد نصت المادة (1/15) من قانون العلامات التجارية على أنه:"إذا قبل الطلب المقدم لتسجيل علامة تجارية ولم يكن قد اعترض عليه وانقضت المدة المعينة للاعتراض أو إذا اعترض على الطلب وصدر قرار برد الاعتراض يسجل المسجل تلك العلامة التجارية بعد دفع الرسم المقرر إلا إذا كان الطلب قد قبل بطريق الخطأ أو كانت المحكمة قد أشارت بغير ذلك ، وتسجل العلامة بتاريخ الطلب باعتبار هذا التاريخ تاريخ التسجيل".

(2)مغبغب، نعيم، مرجع سابق، ص 61.

(3) Dictionnaire Permanent, Droit des affaires, marques, O. C. P. 1128A. أشار إلى ذلك مغبغب، نعيم، مرجع سابق، ص61.

و في هذا قررت محكمة التمييز العراقية إبطال علامة "أبو السباع" المتضمنة ثلاث سباع متحدة لتمييز صنف الشاي، لأنه قد تبين بعد تسجيلها و إصدار شهادة بذلك أن هذه العلامة شبيهة بشعار الدولة الهندية، فتم إلغائها في 1954/11/23 (1).

فيجب أن تكون العلامة مشروعة غير مخالفة للنظام العام و غير مخالفة لنصوص القانون، فإذا تخلف أحد هذه الشروط أو تم مخالفة أي من الفقرات السابق ذكرها، فتعتبر هذه العلامة باطلة و لو كانت مسجلة، فيجوز طلب الحكم ببطلانها و شطبها من السجل (2).

---

(1) مجلة القضاء العراقية لعام 1955،ع 3، ص 101. أشارت إلى ذلك القليوبي، سميحة، مرجع سابق، ص 496.
(2) القليوبي، سميحة، مرجع سابق، ص 499.

المطلب الثالث

رجوع الواهب عن الهبة

الهبة هي تصرّف يقوم فيه الواهب بنقل مال للموهوب له دون مقابل، و من الممكن أن يوجد مقابل يطلبه الواهب من الموهوب له(1)، فهي تصرف اختياري فالواهب عندما يقدم هبة لأي شخص لا يوجد ما يجبره على ذلك، فله الحرية في تقديم هذه الهبة أم الرجوع عنها ما دام أنه لم يُخبر الموهوب له بهذه الرغبة، لكن بعد علِم الموهوب له برغبة الواهب و موافقته على أخذ الهبة، لا يجوز للواهب أن يرجع عن هذه الرغبة إلا في أحوال معينة و هذا ما سيتم شرحه (2).

إذاً يجوز الرجوع عن الهبة دون رضا الموهوب له إذا وُجِد عذر مناسب لهذا الرجوع، و هذا ما يقرره قاضي الموضوع، أما في غير ذلك فالرجوع يكون بعد تسجيل العلامة بالتراضي (3)، فإذا أراد مالك العلامة التجارية القديم الرجوع في هذه الرغبة و إعادة العلامة إلى ملكه فله أن يتفق مع الموهوب له على إعادة الحال إلى ما كان عليه، و يعد فسخاً للهبة، و إذا لم يوافق الموهوب له فللواهب التوجه إلى القضاء و إعطائهم المبرر لرغبته في فسخ الهبة و إعادة العلامة التجارية إلى ملكه، و على القاضي أن يقرر إما الموافقة أو الرفض. و هذه الحلول مُقدمة في حال عدم وجود مانع يقف في وجه الرجوع عن الهبة (4).

(1)راجع المادة (575) من القانون المدني الأردني.
(2)السنهوري، عبد الرزاق، مرجع سابق، ص11.
(3) السنهوري، عبد الرزاق، المرجع نفسه، ص180.
(4) السنهوري، عبد الرزاق، المرجع نفسه، س187.

و موانع الرجوع في الهبة كما ورد في نص المادة (502) من القانون المدني المصري هي ثمانية موانع (1)، لا يجوز للواهب في حالتها الرجوع عن الهبة، و هي:

1)إذا زاد الموهوب زيادة متصلة من شأنها أن تزيد من قيمته. و يمكننا تصور هذه الزيادة على العلامة التجارية بعد وهبها، بأن الموهوب له مثلاً استعمل المنتج الذي يحمل العلامة الموهوبة له في دولٍ أخرى فأصبح الطلب على هذا المنتج آتٍ من أكثر من دولة مما جعل الهبة في هذه الحالة تزيد زيادة متصلة، فلا يجوز للواهب أن يرجع عن الهبة و أن يُعيد العلامة الموهوبة إلى مُلكه.

2)إذا توفى الواهب أو الموهوب له، فإذا مات الواهب بعد عقد الهبة فلا يحق لورثته الرجوع في الهبة، لأن هذا الحق متصل بشخص الواهب و لا ينتقل إلى الورثة، و إذا مات الموهوب له فتنتقل الهبة إلى ورثته، و يكون حقهم أقوى من حق الواهب في الرجوع (2).

3)تصرف الموهوب له في الهبة كلها، فإذا تصرف في بعضها فيجوز للواهب أن يعيد الباقي. و من الصعب تمثيل هذا المانع على العلامة التجارية لأنها ليست منقولاً مادياً، إنما منقول معنوي، و لكن من الممكن أن نتصور أن الموهوب له وافق على عقد ترخيص رخّص فيه لشخص ما استعمال العلامة التجارية الموهوبة في دولة معينة، و كان الترخيص بسيط أو وحيد، أي يحق للمالك استعمال العلامة، ففي هذه الحالة يسترد الواهب حقه في استعمال العلامة في دولته مع بقاء عقد الترخيص.

4)إذا كان الزوجان هما أطراف عقد الهبة، و لو انقضى الزواج بعد انعقاد الهبة.

5)إذا كان الطرف الموهوب له من ذوي الرحم المحرم.

(1)المادة (502) من القانون المدني المصري رقم (31) لسنة 1948.
(2)السنهوري، عبد الرزاق،المرجع نفسه،ص189.

6)هلاك الهبة في يد الموهوب له إن عاد سبب الهلاك إلى فعله أو لسبب أجنبي لا يد له فيه أو بسبب الاستعمال، و إذا كان الهلاك في بعضها جاز الرجوع بالباقي. و هنا نستطيع تطبيق هذه الحالة إذا لم يجدد الموهوب له تسجيل العلامة التجارية الموهوبة و مرت سنة على موعد التجديد فشطب المسجل العلامة من السجل، فهنا لا يستطيع الواهب استعادة علامته لأنها مشطوبة.

7)إذا كان عقد الهبة مقابل عوض قدمه الموهوب له للواهب.

8)إذا كانت هذه الهبة من أعمال البر أو الصدقة.

و في غير هذه الحالات يجوز للواهب الرجوع عن الهبة إما بالاتفاق مع الموهوب له، أو باللجوء إلى القضاء.

المطلب الرابع

ادعاء المرخص له باستعمال العلامة التجارية ملكيتها

كما وضّحنا في الفصل الثاني من هذه الرسالة ماهية عقد الترخيص و أحكامه، و القواعد التي تنظم هذا العقد، و في هذا المطلب نتعرض لما يمكن أن يحدث من خلافات بعد تسجيل الترخيص الحاصل بين صاحب العلامة (المُرخِص) و المُرَخَص له.

و من الأسباب المهمة التي تُحدِث الخلاف في عقد الترخيص هي عدم تقيد أطراف العقد بالالتزامات المترتبة عليهم، فمن حيث المُرخَص له فيجب عليه الالتزام بشروط عقد الترخيص، و كما علمنا في الفصل الثاني أن أهم التزام يقع على المرخَص له هو استعمال العلامة و استغلالها إن سمح له بذلك، و لكن في نفس الوقت يجب أن يتم استغلالها ضمن شروط الترخيص من دون أي تجاوز لهذه الشروط، و في حال عدم استغلال العلامة التجارية من قِبَل المرَخص له يجوز للمرخِص المطالبة بفسخ العقد، و في حال استغلال العلامة التجارية مع تجاوز ما جاء في الاتفاق، كاستعمالها على بضائع أو خدمات غير المتفق عليها، أو استعمالها في أماكن مختلفة عن الأماكن المحددة في العقد، و في هذه الحالة قد يعد عمله تقليداً و إخلالاً بالعقد (1).

و في هذه الحالة يحق للمرخِص أن يرفع دعوى تقليد ضد المُرخَص له الذي تجاوز القيود المُتفَق عليها في استغلال العلامة للمطالبة بالتعويض عما لحق به من الأضرار (2).

كما يجب على المرخِص أيضاً التقيد بما ورد في العقد، و ذلك تبعاً لنوع الترخيص المنعقد بينهم، فإذا كان الترخيص بسيطاً فيجوز للمرخِص استعمال العلامة، أما إذا كان نوع الترخيص وحيداً فيجوز للمالك استعمال العلامة مع منعه من منح أي طرف ثالث ترخيصاً باستعمال تلك العلامة، أما في حالة الترخيص الاستشاري فينفرد المرخص له في استعمال العلامة التجارية لوحده، من دون أن يحق للمرخص استعمال الأخيرة بنفسه، ومن دون أن يمنح حق استعمالها لشخص ثالث (3). و في حال عدم تقيد المالك بهذه الشروط فيستطيع المرخص له أن يطالب بالتعويض عما لحقه من ضرر (4).

---

(1)خاطر، نوري، مرجع سابق، ص 333.

(2)خاطر، نوري، المرجع نفسه، ص 333.

(3)زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنياً ودولياً، مرجع سابق، ص217.

(4)خاطر، نوري، مرجع سابق، ص 332.

المبحث الثاني

النزاعات التي تواجه المسجل بعد التسجيل

بعد تسجيل العلامة التجارية في سجل العلامات التجارية، يواجه المسجل بعض الصعوبات و المشاكل، و من الممكن أن تؤدي هذه المشاكل إلى إلغاء هذه العلامة من السجل أو إلى تعديلها أو بقائها كما هي، و من المشاكل التي من الممكن أن تواجه المسجل عدم استعمال الشركة صاحبة العلامة لعلامتها التجارية أو توقف هذا الاستعمال، أو استعمال العلامة التجارية لغير البضائع التي سُجلت من أجلها، أو استعمال الوارث العلامة التجارية دون موافقة باقي الورثة. و هذا ما سيتم شرحه من خلال المطالب الآتية:

المطلب الأول

عدم استعمال الشركة لعلامتها التجارية أو التوقف عن الاستعمال

لقد جاءت المادة (22) من قانون العلامات التجارية الأردني، لإجازة شطب أي علامة تجارية إذا لم يتم استعمالها في آخر ثلاث سنوات، أو إذا لم توجد النية الفعلية لاستعمالها، أو أنه لم يتم استعمالها لنفس البضائع التي سُجِلت من أجلها. فقد نصت على ما يلي:"1. مع مراعاة أحكام المادة 25 من هذا القانون يجوز لأي شخص ذي مصلحة أن يطلب من المسجل إلغاء تسجيل أي علامة تجارية مسجلة لغيره إذا لم يستعملها فعلياً وبصورة مستمرة خلال السنوات الثلاث التي سبقت الطلب إلا إذا اثبت مالك العلامة التجارية ان عدم استعمالها يعود إلى ظروف تجارية خاصة أو إلى أسباب مسوغة حالت دون استعمالها .

2. يعتبر استعمال الغير لعلامة تجارية مسجلة بموافقة مالكها استعمالاً لها لمقاصد استمرار تسجيلها وفقا لنص الفقرة 1 من هذه المادة .

3. على المسجل قبل إصدار قراره في طلب الإلغاء أن يتيح للفريقين إبداء دفوعهما ويكون قراره خاضعاً للطعن لدى محكمة العدل العليا" .

نستنتج من هذا النص أن هناك حالتين لشطب العلامة التجارية نتيجة عدم الاستعمال، الأولى و هي تسجيل العلامة التجارية و عدم استعمالها أبداً منذ ذلك التسجيل، و الثانية هي استعمال العلامة التجارية و من ثم التوقف عن استعمالها مدة ثلاث سنوات، و في كلتا الحالتين يحق لمالك العلامة إبداء الأسباب التي منعته من استعمال علامته، و إذا تبين أنها تسوغ له عدم الاستعمال فلا يصدر

المسجل قراراً بشطب العلامة، أما إذا كانت غير مسوغة فيصدُر قرار بإلغاء العلامة و يكون قابل للطعن لدى محكمة العدل العليا.

و في هذا الصدد جاء قرار محكمة العدل العليا رقم 2008/174 و الذي نص على: "إذا لم يسجل تنازل الشركة المستأنفة عن العلامة التجارية إلى مؤسسة (الوجدانية للتجارة العامة) في سجل العلامات التجارية ولم ينشر في الجريدة الرسمية وفقاً لمتطلبات الفقرة (4) من المادة (19) من قانون العلامات التجارية رقم (33) لسنة 1952 حسبما عُدِّلت بالقانون رقم (34) لسنة 1999 فإنه لا يتمتع بحجة على الشركة المستأنف عليها الثانية ، وبالتالي فإن الشركة المستأنفة تبقى هي الخصم في طلب الإلغاء لأن العلامة التجارية لا تزال مسجلة باسمها .

2. إذا لم يتم استعمال لعلامة التجارية فعلياً وبصورة مستمرة خلال السنوات الثلاث التي سبقت طلب الإلغاء المقدم من الشركة المستأنف عليها الثانية ، فيكون قرار المسجل بقبول طلب الإلغاء وشطب العلامة التجارية(BAHMAN) ذات الرقم (36028) في الصنف (34) - المسجلة باسم الشركة المستأنفة - من سجل العلامات التجارية موافقاً للفقرة (1) من المادة (22) من قانون العلامات التجارية حسبما عدلت بالقانون رقم (34) لسنة 1999"(1).

فالمسجل يستطيع في بعض الأحيان أن يستشف من مالك العلامة التجارية أنه لم يعد يريد استعمالها، فمثلاً عند اعتراض شخص ما على علامة تجارية و عدم قيام مالك هذه العلامة بأي تصرف يدافع به عن علامته، فهذا يُعبّر عن عدم اكتراث هذا المالك لملكية علامته، أي عدم رغبته في استمرار استعمالها (2). و عند تسجيل علامة تجارية

---

(1)قرار محكمة العدل العليا الأردنية، رقم 2008/174، بتاريخ 2008/6/30، منشورات مركز عدالة.
(2) القليوبي، سميحة، مرجع سابق، ص579.

و عدم استعمالها لمدة ثلاث سنوات هذا يعني في بعض الحالات أن المالك لا يريد استعمال علامته، ففترة الثلاث سنوات هي فترة كافية لتحديد نية صاحب العلامة تجاه علامته، و على الرغم من ذلك فقد أعطى المشرع حق لصاحب العلامة أن يثبت أن عدم استعمالها عائد لظروف تجارية خاصة أو إلى أسباب مسوغة منعته عن استعمالها، ففي هذه الحالة إذا اقتنع المسجل أو المحكمة في هذه الحِجَج فلا تُلغى العلامة من السجل و يبقى الحق في ملكيتها لصاحبها الأصلي. و يحق له أيضاً أن ينفي عدم الاستعمال و يثبت عكسه، و كما جاء في المادة السابقة أنه إذا تم استعمال العلامة من قبل الغير بموافقة المالك فهذا يعد استعمالاً، لكن إذا كان الاستعمال مثلاً قد تم في دولة أجنبية كما يرى اتجاه فقهي فلا يعد استعمالاً صحيحاً للعلامة التجارية (1). و يبدو لنا أن المادة (2/22) من قانون العلامات التجارية لم تعطِ حكماً لهذه المسألة و لم توضح فيما إذا كان استعمال الغير المتفق لاستعمال العلامة التجارية قد تم داخل الأردن أو خارجها.

و من الأمثلة على الظروف التجارية الخاصة أو الأسباب المسوغة التي تبرر للمالك عدم الاستعمال، صدور قرارات سيادية بمقاطعة منتجات دولة معينة (2) و اعتماد المالك في تصنيع منتجاته على مواد مصدرها من هذه الدولة المقاطَعة، أو حتى فرض الحكومة بعض القيود التي تصعّب مسألة استيراد المواد الأولية (3) ، أو وجود حالة حرب في المكان المتواجد فيه منعته من استعمال علامته بسبب التوقف عن إنتاج السلعة أو بيع البضاعة أو إغلاق المحل التجاري أو التوقف عن تقديم الخدمة لتعذر ذلك بسبب الحرب الدائرة، أما إذا كانت الحرب لا تمنع من ذلك فإنها لا تعد ظرفاً مسوغاً لعدم استعمال العلامة التجارية،

(1) مغبغب، نعيم، مرجع سابق، ص 93.
(2)القليوبي، سميحة، مرجع سابق، ص579 و580.
(3)الصغير،حسام الدين،2004،الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية الملكية الفكرية الجديد، دار الفكر الجامعي،الإسكندرية،ص 47.

و هذا ما جاء في قرار محكمة العدل العليا رقم 84/159:" ....-إن الأحداث في لبنان لا تعتبر سبباً مانعاً أو مبرراً لعدم استعمال العلامة التجارية إذا ثبت بأن ذات الشركة صاحبة العلامة التجارية المطلوب ترقينها لم تتوقف عن تصدير إنتاجها من منتوجات مشابهة و الذي يحمل علامة تجارية أخرى (1). "

ففي حالة عدم وجود ما يسوغ عدم الاستعمال، تُشطب العلامة التجارية من السجل إما بقرار من المسجل أو من قاضي الموضوع (2).

(1)قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 84/159، مجلة نقابة المحامين ، سنة 85، ص1095.
(2) زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنياً و دولياً، مرجع سابق، ص235.

المطلب الثاني

استعمال العلامة التجارية لغير البضائع التي سُجلت من أجلها

من المشاكل المتعلقة بتسجيل العلامة التجارية لصنف ما هي استعمال هذه العلامة لغير الصنف الذي سُجلت من أجله، فهذا أمر يخالف القانون فعند تسجيل الطالب لعلامته التجارية عليه تحديد نوع البضاعة التي ستميزها علامته، و بالتالي عليه أن يتقيد بهذا التحديد فلا يجوز استعمالها لغير ما سُجلت من أجله. فلدى الرجوع لنظام العلامات التجارية نجد أنه قد نظم في الجدول الرابع الأصناف التي تشمل على أنواع البضائع حيث يحتوي كل صنف على مجموعة بضائع، و عند تسجيل العلامة التجارية يتم اختيار الصنف الذي ستسجل فيه، أو يتم اختيار بعض من أنواع البضائع الداخلة في صنف معين، فيصبح المالك مقيد في استعمال العلامة التجارية على الأنواع المحددة المسجلة فيها العلامة، و لا يستطيع أن يمنع استعمال علامته على البضائع التي لم يسجلها فيها (1).

فلا يجوز استعمال العلامة لغير البضاعة أو الخدمة المسجلة من أجلها العلامة، فهذا لا يعد استعمالاً للعلامة حتى لو كانت العلامة مشهورة، فعند استعمال مالك علامة (Eninence) (و هي علامة تجارية مسجلة تحت صنف الأجبان) على منتجات الألبسة، فلم يعتبر المسجل هذا الاستعمال استعمالاً فعلياً و اعتبره استعمالاً مخالفاً، لأن تلك العلامة مسجلة تحت صنف الأجبان و لا يجوز استعمالها إلا على هذا الصنف (2).

---

(1)خشروم،عبد الله،2005، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية،دار وائل للنشر، ص201.
(2)أشار إلى ذلك خاطر،نوري،مرجع سابق،ص 320.

المطلب الثالث

استعمال الوارث العلامة التجارية دون موافقة باقي الورثة

إن الميراث كما عرفه بعض الفقه هو:" أيلولة الحق إثر وفاة صاحبه إلى الوارث بقوة القانون، و دون اعتداد بإرادة المورث"(1) . و كما علمنا في الفصل الثاني أن العلامة التجارية هي من ضمن الحقوق الموجودة في التركة، و تنتقل ملكيتها كباقي التركة من المورّث إلى الوارث، مثلها مثل أي حق ملكية آخر. و مما يؤكد هذا الكلام قرار محكمة العدل العليا رقم 2008/158 بتاريخ 2008/6/18، و الذي جاء فيه: ". تعتبر العلامة التجارية أحد الحقوق المعنوية المتصلة دائماً بنشاط التاجر باعتباره مالاً منقولاً معنوياً مستقلاً على عناصره المكونة له فيعتبر حق ملكية العلامة التجارية من الأموال التجارية وتنتقل إلى الورثة عند وفاة مالكها وان عدم إضافة كلمة (بالإضافة إلى التركة) لا تأثير لها هنا على صحة الخصومة"(2) .

ومع انتقال ملكية العلامة التجارية وتسجيلها في سجل العلامات التجارية باسم الوارث يستطيع هذا الأخير ممارسة حقه الكامل على العلامة التجارية، ويستطيع الاحتجاج بها في وجه الغير لأنها أصبحت ملكه، و لكن المشكلة تظهر حين وجود أكثر من وارث، ففي هذه الحالة يجوز للمسجل تسجيل هذه العلامة باسم جميع الورثة على الشيوع فيما بينهم، وتبعاً لذلك لا يمكن أن يستعمل أي من الورثة العلامة التجارية لتمييز بضائعه من غير أن يحصل على موافقة باقي الورثة (3).

---

(1) سوار،محمد وحيد الدين،1999، الحقوق العينية الأصلية ج 2 أسباب كسب الملكية،دار الثقافة للنشر و التوزيع،عمان-الأردن.
(2)قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 2008/158،بتاريخ 2008/6/18،منشورات مركز عدالة.
(3) القليوبي، سميحة، مرجع سابق،ص261 وما بعدها

و يرى جانب من الفقه أن كلمة "أحوال خاصة" الموجودة في نص المادة (1/18) من قانون العلامات التجارية الأردني تندرج تحتها حالة الوفاة ، فبهذه الحالة يقوم المسجل بتسجيل العلامة التجارية باسم جميع الورثة الذين انتقلت إليهم ملكية هذه العلامة (1) . و يجوز للمسجل أن يضع بعض القيود التي تنظم استعمال تلك العلامة، فمثلاً يستطيع تقسيم استعمال العلامة جغرافياً، فيحدد لكل شخص من الورثة مدينة لاستعمال العلامة فيها فيكون في هذه الحالة لكل وارث الحرية في استعماله للعلامة المورثة في المدينة المحددة له، و لدى تقيد الورثة بهذه القواعد و القيود لا تحدث الخلافات بينهم، لكن عند عدم التقيد بالشروط و القواعد أو عند عدم وضع أي شروط أو قيود تحدث الخلافات بينهم.

في حال عدم وضع أي قيد لتنظيم عملية استعمال العلامة، يجب على الورثة عدم استعمال العلامة إلا بموافقة باقي الورثة، و غير ذلك يعد تعدياً على حقوق الآخرين منهم.

و تكون الموافقة في بعض الأحيان محددة لاستعمال معين، في حين من الممكن أن تكون شاملة لاستعمالات عدة. و بناءً على ذلك فإن استعمال أحد الورثة للعلامة الموروثة دون موافقة باقي الورثة أو بطريقة يتعدى فيها على ما هو محدد له من المسجل، ففي هذه الحالة حسب ما يرى جانب من الفقه تصرفه يكون صحيحاً مع الغير لأنه مالك لهذه العلامة على الشيوع، و لكنه غير نافذ في حق باقي الورثة إلا بما حُدِد له (2) ، و عند علم الغير بهذا التجاوز يستطيع إبطال هذا التصرف على أساس وجود عيب في الإرادة، و يحق لباقي الورثة الاعتراض على هذا الاستعمال برفع دعوى الاستحقاق حتى يثبتوا حقوقهم في العلامة المتصرَف فيها، و من الممكن أيضاً أن يجيزوا هذا الاستعمال فيصبح تصرف نافذ بحق الجميع (3).

---

(1) زين الدين،صلاح،2006،العلامات التجارية وطنياً و دولياً،دار الثقافة للنشر و التوزيع،ص20.

(2)عبد الرحمن،أحمد شوقي،2004،حق الملكية و الحقوق العينية المتفرعة عنه،منشأة المعارف،الإسكندرية، ص92.

(3)سوار،محمد وحيد الدين،1997، حق الملكية في ذاته في القانون المدني الكتاب الأول، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان-الأردن،ط 2، ص 127 و 128.

المبحث الثالث

انقضاء الحق المكتسب في العلامة التجارية

كما علمنا أن الحق في ملكية العلامة التجارية ينشأ إما بالتسجيل أو بالاستعمال، و ينتقل هذا الحق في الملكية لشخص آخر إما بالبيع أو بالهبة أو بالوصية أو بالإرث، ومن الممكن أن ينتفع به الشخص انتفاعاً مؤقتاً من خلال عقد الترخيص.

و حق الملكية ينقضي بعد عشر سنوات من تسجيله في سجل العلامات التجارية في حال لم يجدد المالك هذا التسجيل، أما إذا جدد التسجيل كل عشر سنوات فلا ينقضي هذا الحق، و هذا ما جاء في قانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952(1). أما في قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000 فلا ينقضي حق الملكية مادام المالك مستمر في استعمال علامته التجارية و لو لم يجدد تسجيلها أو لم يقم بتسجيلها بالأصل (2) ، و يكون لمستعمل العلامة أن يدافع عن علامته بدعوى مدنية وهي دعوى المنافسة غير المشروعة، فيمكنه المطالبة بالتعويض عن أي تعدٍ حصل على علامته. فلا يزول الحق بمجرد عدم التسجيل فهناك عدة حالات يزول فيها حق ملكية العلامة التجارية، ألا و هي ترقين العلامة التجارية و تركها و شطبها، و هذا هو محور دراستنا في هذا المبحث.

---

(1) راجع المادة (20) من قانون العلامات التجارية الأردني.
(2) راجع الفقرة (ب) من المادة (2) من قانون المنافسة غير المشروعة رقم (15) .

المطلب الأول

ترقين العلامة التجارية

إن المقصود بترقين العلامة التجارية هو إلغائها أو حذفها من سجل العلامات، و هذا ما يؤكد لنا أن ترقين العلامات لا يكون إلا للعلامات التجارية المسجلة في السجل ، فمن غير الممكن أن تلغى علامة هي بالأصل غير موجودة (1).

و لدى الرجوع لقانون العلامات التجارية الأردني رقم (33) لسنة 1952، نرى أنه يجوز ترقين أي علامة تجارية من سجل العلامات التجارية، إذا تم تسجيلها دون مراعاة لأحكام هذا القانون. و ما نقصده بأحكام هذا القانون، مخالفة نصوص المواد الآمرة أو عدم توفر الشروط الواجبة في العلامة.و لقد بيّن هذا القانون الحالات التي يجوز فيها ترقين العلامة التجارية و هي:

1. نصت المادة 5/24 من قانون العلامات التجارية الأردني على: "كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها بمقتضى أحكام المواد 6 أو 7 أو 8 من هذا القانون أو بسبب أن تسجيل تلك العلامة تنشأ عنه منافسة غير عادلة بالنسبة لحقوق الطالب في المملكة الأردنية الهاشمية يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل تلك العلامة".

---

(1) خشروم، عبد الله، مرجع سابق، ص219.

إذاً هذه المادة توضح لنا نوعين من العلامات الجائز حذفها من السجل، من خلال تقديم طلب حذف للعلامة خلال خمس سنوات من تاريخ تسجيلها تسجيلاً نهائياً و ليس من تاريخ تقديم الطلب (1). و هي:

أ) العلامات التجارية المخالفة لأحكام المواد 6 و 7 و 8 . حالاتها:

- العلامة التجارية المستعملة لغير البضائع المسجلة من أجلها.
- العلامة التجارية المسجلة من دون أن تكون ذات صفة فارقة.
- العلامة التجارية المحظورة لقدسيتها أو حرمتها أو مخالفتها للنظام العام أو الآداب أو للمحافظة على حقوق ذي الشأن أو لمنع تضليل الجمهور، أي مخالفة فقرات المادة 8 (2).

ب) العلامة التجارية التي تنشأ عنها منافسة غير مشروعة مع علامة تجارية أخرى.

2) و بموجب نص المادة (1/22) من نفس القانون فإنه يجوز لأي شخص طلب حذف أي علامة تجارية من السجل، إذا أثبت عدم استعمالها لمدة ثلاث سنوات سابقة على تاريخ طلبه. إلا إذا أثبت صاحب العلامة أن عدم استعماله راجع لظروف تجارية خاصة أو لأسباب مبررة.

---

(1) أشار إلى ذلك الدكتور صلاح زين الدين، العلامات التجارية وطنياً و دولياً، مرجع سابق، ص225، أشار أيضاً إلى قرار رقم 90/150 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، عام 1993، ص28.
(2) زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنياً و دولياً،، مرجع سابق، ص 227.

3) و تشطب العلامة التجارية من السجل إذا كانت من العلامات المشار إليها في المواد 9 و 12 من قانون العلامات التجارية الأردني، و لم يراع صاحبها أحكام هذه المواد (1).

4) تشطب العلامة التجارية سنداً للمادة 15 إذا قُبل طلب التسجيل عن طريق الخطأ، أو إذا تم قبول هذا الطلب على غير ما أشارت إليه المحكمة (2).

و نود ذكر مثال على ترقين العلامة التجارية قرار محكمة العدل العليا رقم 48 /2002 (هيئة خماسية) بتاريخ 2002/7/18،منشورات العدالة:

- "أوجبت المادة 14/ 6 من قانون العلامات التجارية رقم 33 لسنة 1952 ، تقديم الاستئناف خلال مدة عشرين يوماً من تاريخ صدور القرار إلا أن ذلك مشروط بتبليغ المستأنف القرار المستأنف وفقاً لأحكام المادة (26) من نظام العلامات التجارية رقم (1) لسنة 1952 وبإحدى الطرق المنصوص عليها في المادة 12/أ من قانون محكمة العدل العليا رقم 12 لسنة 1992. * إذا كان طلب الترقين مقدم ضمن المهلة المحددة قانوناً أي خلال مدة الخمس سنوات المنصوص عليها في الفقرة (5) من المادة 25 من قانون العلامات التجارية وأن المستأنف عليها الثانية تملك العلامة التجارية (نميره NUMERIA) وهذه العلامة مسجلة بتاريخ سابق لتسجيل المستأنفة هذه العلامة كما هو ثابت من عدد الجريدة الرسمية رقم (195) تاريخ 20/ 12/ 1997 وهي بذات الصنف ومن أجل ذات الاستعمال وان المستأنفة لم تستطع أن تثبت بما قدمته من تصاريح مشفوعة باليمين أنها أسبق في استعمال العلامة التجارية قبل تاريخ تسجيل المستأنف عليها الثانية لهذه العلامة . فإذا كانت العلامة التجارية الخاصة بالمستأنفة قد جاءت مشابهة للعلامة التجارية الخاصة بالمستأنف عليها من حيث تركيب الأحرف و اللفظ والتطابق في الصنف الأمر الذي يؤدي حتماً إلي اللبس والخلط لدى المستهلكين ويترتب عليه منافسة تجارية غير محقه ، فإذا قضى القرار المستأنف بقبول طلب الترقين على العلامة التجارية (نميره NUMERIA) المسجلة تحت الرقم (47943) في بالصنف (3) وشطبها من سجل العلامات التجارية فيكون قد صدر متفقاً وأحكام القانون .

(1) زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنياً و دولياً، مرجع سابق، ص228.

(2) زين الدين، صلاح، المرجع نفسه، ص229.

وفي هذه الحالات جميعها يجب تقديم طلب حذف العلامة خلال خمس سنوات من تاريخ تسجيلها تسجيلاً نهائياً في سجل العلامات التجارية و ليس من تاريخ تقديم طلب التسجيل، و بعد الخمس سنوات يتقادم الحق في طلب ترقين العلامة التجارية (1). و لقد أكدت محكمة العدل العليا على هذا المبدأ من خلال قرارات كثيرة، منها القرار رقم 90/150: "يستفاد مما ورد في المادة 5/25 من قانون العلامات التجارية، من أن كل طلب يقدم لحذف علامة تجارية من السجل بسبب عدم وجود ما يسوغ تسجيلها أو ينشأ عن تسجيلها منافسة غير عادلة، يجب أن يقدم خلال خمس سنوات من تسجيل العلامة، وإن مدة التقادم تبدأ من تسجيل العلامة التجارية تسجيلاً فعلياً، و ليس من تاريخ تقديم طلب التسجيل (2)".

---

(1) زين الدين، صلاح، المرجع نفسه، ص234.

(2) القرار رقم 90/150 عدل عليا، مجلة نقابة المحامين، سنة 1993، ص28. أشار إليه زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنياً و دولياً، مرجع سابق، ص235.

المطلب الثاني

الترك

لقد بحثنا في المطلب السابق الحالات التي تُشطب فيها العلامة بناءً على طلب الغير، وسوف نبحث في هذا المطلب الحالات التي تُشطب فيها العلامة بناءً على رغبة مالكها. لأن العلامة تم تسجيلها بناءً على رغبة صاحبها فمن البديهي أن يتم شطبها بناءً على رغبته أيضاً.

فهناك أسباب عدة تدعو المالك لعدم استخدام علامته، مثل هجرته إلى بلد اخر و تصفية جميع أعماله، أو عدم تحقيق الربح المطلوب من المنتج ذي العلامة التجارية المسجلة وإلغاء هذه التجارة. و يكون الترك إما صريح أو ضمني، و الترك الصريح يعني تقدم المالك أو من يمثله قانونياً أو اتفاقياً بطلب إلى المسجل لحذف علامته التجارية من السجل لأي سبب كان (1).

أما الترك الضمني فلا يكون بتقديم طلب إلى المسجل بل بالاستنتاج ضمنياً من تصرفات المالك بعدم رغبته بالاستمرار في ملكية علامته التجارية المسجلة، فعندما يهمل مالك العلامة استعماله لها أو استغلالها فترة طويلة فهذا يدل على رغبته في إلغائها، أو عندما يعتدي عليها شخص آخر بتقليدها أو استعمالها نفسها و عدم اعتراض مالك العلامة على هذا الاعتداء فهذا يعني رغبته في شطبها أيضاً ، و قاضي الموضوع هو المختص في تقدير هذه المسألة، أي في تحديد ما إذا اتجهت رغبة المالك لإلغاء علامته أم لا، فعدم الاستعمال لا يدل لوحده على ترك العلامة إذ يجب وجود أدلة قوية مقترنة بعدم الاستعمال تدل على نية المالك بالترك (2).

---

(1) زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنياً و دولياً، مرجع سابق، ص239.
(2) القليوبي، سميحة، مرجع سابق، ص579.

و من الأدلة التي تثبت أن المالك يريد التخلي عن علامته، تصفية مالك العلامة لشركته التي تميزها هذه العلامة، أو إفلاس مالك العلامة و الحجز على جميع أمواله، أو إذا توفي صاحب العلامة و كان قد باع محله التجاري بدون العلامة ولم يستعملها أي من الورثة بعد موته . و لا يعد ترك للعلامة إذا صدرت قرارات سيادية بمقاطعة منتجات دولة معينة (1) .و قد يترك مالك العلامة التجارية هذه الأخيرة ضمنياً، عند عدم مبادرته بتجديد تسجيلها بعد انتهاء مدة الحماية، لأن العلامة التجارية تعد مشطوبة حكماً بعد مرور سنة من انتهاء فترة تسجيلها (2).

و لقد جاء في هذا الموضوع قرار محكمة العدل العليا الأردنية رقم 2008/174 (هيئة خماسية) بتاريخ 2008/6/30 منشورات مركز عدالة (3).

و في جميع الأحوال لا يكفي ترك العلامة التجارية من قبل مالكها حتى ينقضي الحق في ملكيتها، بل يجب شطبها من سجل العلامات التجارية إما بقرار من المسجل أو بقرار من قاضي الموضوع . و بعد شطب العلامة من السجل تصبح من الأموال المباحة التي يجوز لأي شخص استعمالها أو تسجيلها باسمه (4).

---

(1) القليوبي، سميحة، مرجع سابق، ص579 و580.
(2) راجع المادة (21) من قانون العلامات التجارية.
(3) سبق و تم ذكره في الصفحات السابقة.
(4) زين الدين، صلاح، العلامات التجارية وطنياً و دولياً، مرجع سابق، ص235

المطلب الثالث

زوال المحل التجاري (المتجر)

إن العلامة التجارية عنصر من عناصر المحل التجاري المعنوية، بل هي من الوسائل التي تميزه و تجعل لمنتجاته أو خدماته طابع مختلف عن غيرها من منتجات و خدمات المحلات التجارية المنافسة (1)، فلقد بينت المادة (2/38) من قانون التجارة الأردني رقم (12) لسنة 1966 العناصر التي قد يشتمل عليها المتجر على سبيل المثال لا الحصر بقولها :"يشتمل المتجر على مجموعة عناصر مادية و غير مادية تختلف بحسب الأحوال و هي خصوصاً الزبائن و الاسم و الشعار و حق الإيجار و العلامات الفارقة و البراءات و الإجازات ..." .

و لكن السؤال الذي يطرح نفسه في هذا المطلب هو؛ هل تزول العلامة التجارية بزوال المحل التجاري، أم لا تتأثر وتبقى مستمرة بعد زوال المحل التجاري؟

الإجابة عن هذا السؤال ترتبط بمدى ارتباط العلامة التجارية بالمحل التجاري الذي تتبع له، فإذا كانت العلامة شديدة الارتباط به فتزول بزواله، أما إذا كانت غير مرتبطة به فتبقى مستمرة بعد زواله. لأنه وبالعودة للمادة (2/19) من قانون العلامات التجارية الأردني نجد أنها قد وضحت كيفية انتقال ملكية العلامة التجارية مع انتقال ملكية المحل التجاري، و يرى جانب من الفقه أن موضوع انتقال الملكية يقاس عليه موضوع زوال الملكية فنستطيع تطبيق نص هذه المادة على زوال الملكية، فتزول العلامة التجارية بزوال المحل التجاري إذا كانت العلامة ذات ارتباط وثيق به، مالم يتفق على غير ذلك (2).

---

(1) العكيلي، عزيز،مرجع سابق،ص218.

(2) الصالحي، كامران،1998، بيع المحل التجاري في التشريع المقارن، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان-الأردن،ص 188 و 189.

و من الممكن زوال المحل التجاري دون زوال العلامة التجارية لأن الأصل بالعلامة التجارية استقلاليتها كما ذكرنا سابقاً (1).

و إننا نرى أن العلامة التجارية تكون شديدة الارتباط بالمحل التجاري عندما يُعرَف هذا المحل عند الزبائن بعلامته التجارية، و عندما ترسخ العلامة التجارية في ذهن المستهلكين مع موقع المحل الجغرافي التابع لهذه العلامة؛ أي عندما يقطع الزبون مسافة معينة ليصل إلى نقطة جغرافية محددة ليشتري منتجات علامة تجارية معينة من المحل التجاري الخاص بهذه العلامة التي يثق بجودتها،فعلامته التجارية الفارقة مرتبطة بموقع محله التجاري فإذا زال هذا المحل (2) فالعلامة التجارية ستزول معه .

و زوال المحل التجاري يكون إما جبرياً أو اختيارياً، و يكون جبري في عدة حالات منها إفلاس التاجر المدين و الحجز على جميع أمواله المنقولة و غير المنقولة، ففي هذه الحالة تزول ملكية المحل و تنتقل للدائن و تنتقل ملكية العلامة التجارية تلقائياً مع المحل التجاري اذا كانت ذات ارتباط وثيق به (3) . و الزوال الاختياري يكون بتنازل التاجر الاختياري عن محله أو بتغيير نوع تجارته بشكل كبير حيث لا يستطيع استخدام نفس العلامة التجارية على نوع التجارة الجديد، مثل تغيير تجارته من تجارة المواد الغذائية إلى تجارة مواد التجميل ففي هذه الحالة تزول العلامة التجارية السابقة تلقائياً، أما إذا كان التغيير بسيط لا يؤثر في جوهر الاستغلال التجاري فمن الممكن الاستمرار في استخدام نفس العلامة التجارية القديمة (4). بدون بند صريح اذا كانت مرتبطة بالمحل التجاري و لكن مع التأشير على هذا التنازل في سجل العلامات التجارية.

([1]) راجع مادة (1/19) قانون العلامات التجارية الأردني رقم 33 لسنة 1966

(2) و ما نقصده بالزوال هو انعدام وجود المحل التجاري و ليس انتقاله إلى مكان آخر

(3) خشروم،عبد الله،مرجع سابق،ص221 و 222 .

(4) خشروم،عبد الله،مرجع سابق،ص221

الفصل الخامس

الخاتمة

في خاتمة هذه الدراسة أسأل المولى أن أكون بإذنه قد ألميت بالموضوع من جميع جوانبه وصولاً إلى إدراك الباحث بحقوق الملكية الفكرية و مدى أهميتها على الصعيد العملي و النظري أيضاً، حيث أن الباحثة قد توصلت من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات و التوصيات التي من شأنها أن تكون ثمرة لها و تتلخص بـ :

أولاً: النتائج

1. إن استعمال العلامة التجارية منشئ للحق في ملكيتها، إذا استوفى شروط الاستعمال الصحيح، و التسجيل ليس إلا تصرف كاشف لهذه الملكية.

2. إمكانية تسجيل العلامة التجارية باسم جميع الورثة، سنداً لكلمة "أحوال خاصة" الموجودة في نص المادة (1/18) من قانون العلامات التجارية الأردني.

3. كتابة عقد الترخيص هو شرط لإثبات هذا العقد و ليس لصحته.

4. عقد الترخيص أمر من شأنه أن يُشهر العلامة التجارية و يروّجها دولياً، و لكن في نفس الوقت من الممكن أن يسبّب الأضرار و السمعة السيئة لتلك العلامة، و من النتائج المؤكدة أيضاً له تقييد المنافسة في الدولة المُرخَص لها، و إضعاف التجارة الوطنية.

5. إن مسألة النظام العام هي مسألة متباينة و مختلفة من مكان لآخر، و من زمان لآخر، لذلك من الصعب وضع قاعدة لتمييز العلامة التجارية المخالفة للنظام العام.

6. إن عدم اشتراط القانون المصلحة الشخصية للمعترض على تسجيل علامة تجارية، يعني أنه ليس بالضرورة أن يحقق مصلحة لذاته في اعتراضه، لكن تكون المصلحة عامة أي لمنع الغش. أما طلب ترقين علامة تجارية مسجلة يُشترط فيه المصلحة الشخصية لطالب الترقين.

7. إن تحديد التشابه بين العلامات التجارية يكون بأخذ الفكرة الرئيسية للعلامتين، و الشكل الظاهري لهما، و يُؤخذ بمعيار الرجل العادي الذي يكون محل اعتبار لدى شراء البضاعة.

8. يحق لمالك العلامة التجارية المسجلة في الخارج أن يعترض على طلب تسجيل علامة تجارية مشابهة أو مطابقة لها في الأردن، و عند تضارب الطلبيْن فإن الأولوية تُعطى للعلامة المسجلة في الخارج عندما تكون دولة العلامة من الدول المرتبطة مع الأردن باتفاقية أو معاهدة، بشرط أن يكون المالك الأجنبي قد تقدم بطلب إلى المسجل خلال ستة أشهر من تاريخ إيداع طلب تسجيلها لدى الجهة المختصة في دولته.

9. إن نص المادة (33) من قانون العلامات التجارية الأردني تظهر أهميته في المرحلة اللاحقة للتسجيل، لذا باستطاعة مالك العلامة التجارية المسجلة في الخارج أن يستفيد من نص هذه المادة لإبطال علامة تجارية مسجلة في الأردن، بينما المادة (40) تظهر أهميتها في مرحلة التسجيل عند تقديم الطلبات.

10. لا تستطيع الشركة الاعتراض على طلب تسجيل أي علامة تجارية فقط لأنها مشابهة لاسمها، بل يجب أن تحتوي العلامة المطلوب تسجيلها على اسم الشركة كاملاً و ليس على جزء منه. و يجب أيضاً أن يكون الاسم مُستعمَل في نفس النشاط التجاري المَنْوي استعمال العلامة فيه .

11. يجوز للمسجل أن يسجل نفس العلامة باسم أكثر من شخص، إذا كان استعمالهم للعلامة بطريق المنافسة المشروعة، أو إذا كان هناك أحوال خاصة تبرر لهم تسجيل نفس العلامة، و في نفس الوقت القرار يعود للمسجل في القبول أو الرفض. و له أيضاً أن يحول طلبات تسجيل العلامة إلى محكمة العدل العليا، و يكون لها أن تقرر فيما اذا كان الوضع ملائم لتسجيل العلامة التجارية باسم أكثر من شخص أم لا، هذا وفقاً لما جاء في المادة (17) من قانون العلامات التجارية . و لكن هذه الإجازة لا تتحدث إلا عن علامات غير مسجلة أصلاً، فلا يجوز تسجيل علامة مستنسخة لعلامة مسجلة.

12. عند تسجيل علامة تجارية دون مراعاة لنصوص الحظر في القانون، فإن هذه العلامة تُعد باطلة على الرغم من تسجيلها، و يجوز طلب الحكم ببطلانها و شطبها من السجل.

13. يجوز الرجوع عن هبة العلامة التجارية دون رضا الموهوب له إذا وُجِد عذر مناسب لهذا الرجوع، و هذا ما يقرره قاضي الموضوع، أما في غير ذلك فالرجوع يكون بعد تسجيل العلامة بالتراضي.

14. هناك حالتين لشطب العلامة التجارية نتيجة عدم الاستعمال، الأولى تسجيل العلامة التجارية و عدم استعمالها أبداً منذ ذلك التسجيل، و الثانية هي استعمالها و من ثم التوقف عن الاستعمال مدة ثلاث سنوات، و في كلتا الحالتين يحق لمالك العلامة إبداء الأسباب التي منعته من استعمال علامته، و إذا تبين أنها تسوغ له عدم الاستعمال فلا يصدر المسجل قراراً بشطب العلامة، أما إذا كانت غير مسوغة فيصدُر قرار بإلغاء العلامة، و يكون قابل للطعن لدى محكمة العدل العليا.

15. إن استعمال أحد الورثة للعلامة الموروثة دون موافقة باقي الورثة أو بطريقة يتعدى فيها على ما هو محدد له من المسجل، من الممكن أن يكون صحيحاً مع الغير، لأنه مالك لهذه العلامة على الشيوع، و لكنه غير نافذ في حق باقي الورثة إلا بما حُدِد له، و عند علم الغير بهذا التجاوز يستطيع إبطال هذا التصرف على أساس وجود عيب في الإرادة، و يحق لباقي الورثة الاعتراض على هذا الاستعمال برفع دعوى الاستحقاق حتى يثبتوا حقوقهم في العلامة المتصرَف فيها، و من الممكن أيضاً أن يجيزوا هذا الاستعمال فيصبح تصرف نافذ بحق الجميع.

ثانياً: التوصيات

1. إضافة مادة إلى قانون العلامات التجارية الأردني تتوافق مع نص المادة (2/ب) من قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية رقم (15) لسنة 2000 و التي تعطي الحق لمستعمل العلامة التجارية في ملكيتها.

2. تنظيم قواعد نقل ملكية العلامة التجارية عن طريق الاستخلاف، و وضع مواد لتنظم موضوع الهبة و الإرث و الوصية و التوسع فيها، بحيث يتعامل المالك بعلامته التجارية من خلال قواعد واضحة تبيّن كيفية وهب العلامة التجارية و مصيرها في حال الرجوع عن الهبة أو في حال وفاة الواهب أو الموهوب له و لمن يكون الحق فيها، و تبيّن طريقة وراثة العلامة التجارية إن وُجِد أكثر من وارث و لِمَن يكون الحق في ملكيتها، و تبيّن في حال أراد المالك أن يوصي بعلامته لشخص معين الشروط الواجب توافرها .

3. وضع بعض القيود على امتلاك العلامة التجارية من قبل أكثر من شخص، كأساس يستند عليه المسجل أو القاضي في تقييد المالكين، كتقسيم استعمال العلامة التجارية على المدن داخل المملكة فيكون لكل شخص الحرية في استعمالها في مدينته.

4. إزالة التناقض بين قانونَيْ العلامات التجارية الأردني و قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية الأردني، من ناحية حق مالك العلامة التجارية غير المسجلة في رفع دعوى مدنية، حيث يسمح قانون المنافسة غير المشروعة لمالك هذه العلامة التجارية برفع دعوى مدنية يطالب فيها بإيقاف الاعتداء على علامته و التعويض عن الضرر الذي حصل لعلامته في المادة (2/ب)، في حين يمنع قانون العلامات التجارية في المادة (33) منح العلامة التجارية غير المسجلة حماية مدنية.

5. إزالة التناقض فيما ورد في النصوص القانونية في قانون العلامات التجارية الأردني ، إذ تنص المادة الثامنة من قانون العلامات التجارية أنه لا يجوز تسجيل أية علامة تجارية تؤدي للمنافسة غير المشروعة أو إلى تضليل الجمهور، تأتي المادة (40) و تعطي الأولوية بالتسجيل للدول المرتبطة باتفاقية مع الأردن بشرط إيداع الطلب لدى المسجل خلال ستة أشهر من اليوم التالي لتاريخ إيداع طلب تسجيلها لدى الجهة المختصة في دولته، أي يجوز تسجيل علامة مطابقة لعلامة تجارية مسجلة في الخارج إذا لم تتحقق هذه الشروط.

المراجع و المصادر

أولاً: الكتب

1) طه،مصطفى كمال،1986،القانون التجاري، الدار الجامعية، القاهرة .

2) مغبغب،نعيم،2005،الماركات التجارية و الصناعية ،د.ن.

3) زين الدين، صلاح،2005،شرح التشريعات الصناعية و التجارية،دار الثقافة للنشر و التوزيع،عمان.

4) كيرة، حسن،1973، المدخل إلى علم القانون، منشأة المعارف، الإسكندرية.

5) خاطر،نوري حمد،2005،شرح قواعد الملكية الفكرية، دار وائل للنشر.

6) السنهوري،عبد الرزاق،2000،الوسيط في شرح القانون المدني الجديد (5) العقود التي تقع على الملكية(الهبة و الشركة)،ط 3،منشورات الحلبي الحقوقية،لبنان.

7) القليوبي، سميحة،1996، الوجيز في التشريعات الصناعية،دار النهضة العربية، ط 2، 1996.

8) 8.زين الدين،صلاح، 2006، العلامات التجارية وطنياً و دولياً،دار الثقافة للنشر و التوزيع.

9) جلال، ناصر، 2005، حقوق الملكية الفكرية و آثارها على اقتصاديات الثقافة و الاتصال و الإعلام،الهيئة المصرية العامة للكتاب،القاهرة.

10) المقدادي، عادل علي،2001، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الأردني، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي العالمي الأول حول الملكية الفكرية المنعقد في الفترة من 10-2000/7/11،جامعة اليرموك، إربد-الأردن.

11) زين الدين،صلاح،2001، الحماية القانونية للعلامات التجارية في القانون الأردني، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي العالمي الأول حول الملكية الفكرية المنعقد في الفترة من 10-2000/7/11،جامعة اليرموك، إربد-الأردن.

12) الناهي، صلاح الدين، 1983،الوجيز في الملكية الصناعية و التجارية، دار الفرقان، عمان.

13) حكيم، جاك،1987، كتاب الحقوق التجارية ، د.ن

14) قليوبي، ربا،1998، حقوق الملكية الفكرية، تشريعات ،أحكام قضائية ، اتفاقات دولية ومصطلحات قانونية ، مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان.

15) لطفي، فوزي، 2002، شرح قانون الملكية الصناعية و التجارية، المطبعة الجديدة، دمشق.

16) الغويري،عبد الله،2008، العلامة التجارية و حمايتها(العلامة المشهورة و حمايتها)، عمان، دار الفلاح للنشر و التوزيع.

17) العكيلي،عزيز، 2008، شرح القانون التجاري،دار الثقافة للنشر و التوزيع.

18) الجنبيهي،منير، 2000، و الجنبيهي، ممدوح،العلامات و الأسماء التجارية،دار الفكر الجامعي.

19) الصغير،حسام الدين، 2004، الجديد في العلامات التجارية في ضوء قانون حماية الملكية الفكرية الجديد،دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية.

20) سوار،محمد وحيد الدين، 1999، الحقوق العينية الأصلية ج 2 أسباب كسب الملكية،دار الثقافة للنشر و التوزيع،عمان-الأردن.

21) عبد الرحمن،أحمد شوقي، 2004، حق الملكية و الحقوق العينية المتفرعة عنه،منشأة المعارف،الإسكندرية.

22) سوار،محمد وحيد الدين، 1997، حق الملكية في ذاته في القانون المدني الكتاب الأول، دار الثقافة للنشر و التوزيع، ط 2، عمان-الأردن.

23) الصالحي، كامران، 1998، بيع المحل التجاري في التشريع المقارن، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان-الأردن.

24) خشروم ،عبد الله،2005، الوجيز في حقوق الملكية الصناعية والتجارية،دار وائل للنشر.

ثانياً: الرسائل الجامعية

1) أبو عواد، مسلم عبد الرحمن، 2007 الحماية المدنية للعلامات التجارية غير المسجلة، دراسة مقارنة، منشورات الجامعة الأردنية، الأردن.

2) حمدان، ماهر فوزي،1999، حماية العلامات التجارية، دراسة مقارنة ، منشورات الجامعة الأردنية، الأردن.

3) الصرايرة، منصور عبد السلام،د.ت، الترخيص باستعمال العلامة التجارية في القانون الأردني، دراسة مقارنة، دار رند للنشر و التوزيع،الأردن.

4) ربابعة، محمد غازي، 2002، أثر اتفاقية الجوانب المتصلة بالتجارة من حقوق الملكية الفكرية (اتفاقية تريبس) على قانون العلامات التجارية الأردني، دراسة مقارنة، الجامعة الأردنية، عمان-الأردن.

ثالثاً: القوانين

1. قانون العلامات التجارية الأردني رقم (24)لسنة 1952 و تعديلاته.

2. قانون المنافسة غير المشروعة و الأسرار التجارية رقم (15)لسنة 2000.

3. القانون المدني الأردني رقم (43) لسنة 1976.

4. القانون المدني المصري رقم (31) لسنة 1948.

5. قرارات محكمة العدل العليا الأردنية.

6. قرارات محكمة التمييز الأردنية.